

**LAPORAN**  
**KULIAH KERJA LAPANGAN**  
**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN DI BADAN KERJASAMA DAN**  
**PENANAMAN MODAL DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**



**Oleh:**

**Erwin Prasetyo**

**(120904659)**

**Dosen Pembimbing:**

**Ranggabumi Nuswantoro, M.A.**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2017**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**LAPORAN KULIAH KERJA LAPANGAN**

Dengan Judul:

**Aktivitas Komunikasi Pemasaran di Badan Kerjasama dan Penanaman Modal Daerah**

**Istimewa Yogyakarta**

Disusun Oleh

**Erwin Prasetyo**

**120904659**

Diajukan guna melengkapi syarat-syarat kelulusan jenjang kuliah strata 1 pada

Program Ilmu Komunikasi studi Komunikasi dan Periklanan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disetujui oleh

Dosen Pembimbing



Ranggabumi Nuswantoro, M.A.

**HALAMAN PENGESAHAN**

**LAPORAN KULIAH KERA LAPANGAN**

Dengan Judul:

**Aktivitas Komunikasi Pemasaran di Badan Kerjasama dan Penanaman Modal Daerah**

**Istimewa Yogyakarta**

Disusun Oleh

**Erwin Prasetyo**

120904659

Telah diuji dan disahkan pada

Hati/Tanggal : Kamis 9 Maret 2016

Waktu : 09.30

Tempat : Ruang Pendadaran 3 UAJY

Mengetahui,

Penguji I

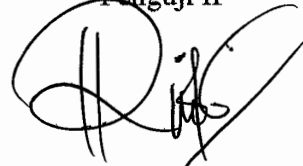


Ranggabumi Nuswantoro, M.A.



FAKULTAS  
ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITEK

Penguji II



Rebekka Rismayanti, S.I.Kom., MA

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Erwin Prasetyo

NPM : 120904659

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Aktivitas Komuniiasi Pemasaran di Badan Kerjasama dan Penanaman Modal  
Daerah Istimewa Yogyakarta

Menyatakan dengan sebernarnya bahwa laporan Kuliah Kerja Lapangan yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pemikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa laporan Kuliah Kerja Lapangan saya ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Yogyakarta, 5 Maret 2017

Yang membuat pernyataan.



Erwin Prasetyo

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Maha Oke Yesus Kristus atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga Laporan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) yang berjudul “Aktivitas Komunikasi Pemasaran di Badan Kerjasama dan Penanaman Modal Daerah Istimewa Yogyakarta” dapat diselesaikan dengan baik. Laporan KKL ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan. Selama 29 hari penulis menjalani Kuliah Kerja Lapangan di Badan Kerjasama dan Penanaman Modal DIY merupakan sebuah pengalaman yang sangat berharga bagi penulis.

Selama melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan di Badan Kerjasama dan Penanaman Modal DIY dari bulan November hingga 10 Desember 2016 penulis mendapatkan banyak pengalaman dan pelajaran yang dapat melengkai referensi penulis dalam dunia praktik *advertising* khususnya dalam bidang komunikasi pemasaran. terselesaikannya KKL ini tentunya atas kerjasama dan dukungan dari beberapa pihak, Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Maha Oke Yesus Kristus dan Bunda Maria yang telah memberikan kekuatan, berkat, dan motivassi sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kuliah Kerja Lapangan ini.
2. Budi Santoso dan Endang Reto Murih Asih Siji selaku orang tua penulis yang selalu mendukung dan meberi materi, kasih sayang, emosi serta selalu mengingatkan untuk segera menyelesaikan kuliah.
3. Ranggabumi Nuswantoro, M.A. selaku dosen pembimbing penulis dalam penyusunan laporan KKL ini.

4. Segenap pegawai Badan Kerjasama dan Penanaman Modal DIY, terimakasih telah memberikan berbagai macam pelajaran, nasehat, dan pengalaman selama penulis menjalani Kuliah Kerja Lapangan hingga saat ini.
5. Keluarga besar FISIP UAJY terutama angkatan 2012 atas lingkungannya dan persaudaraannya sehingga penulis banyak memperoleh pelajaran berharga.
6. Teman-teman Gummyak Bareng atas dukungannya dan hiburannya.
7. Kepada setiap pihak dan semua nama yang tidak dapat penulis tulis satu persatu. Penulis berterimakasih atas dukungan, kerjasama, suka duka, canda tawwa untuk penulis karena kalian penulis termotivasi untuk menyelesaikan laporan ini.

Yogyakarta, 5 Maret 2017

Erwin Prasetyo

## DAFTAR ISI

Halama Persetujuan.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Halaman Pernyataan Orisinalitas.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi .....	v
Daftar Gambar.....	vi
Daftar Lampiran.....	vii

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	2
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan KKL.....	5
D. Manfaat KKL.....	5
E. Kerangka Teori.....	6

### BAB II GAMBARAN UMUM BADAN KERJASAMA DAN PENANAMAN MODAL DIY

A. Tentang BKPM DIY.....	14
B. Visi dan Misi.....	15
C. Kerjasama.....	16
D. Struktur Organisasi.....	20

E. Alamat.....	25
F. Lingkungan Pekerjaan di BKPM DIY.....	26
G. Program Kerja.....	26

### **BAB III HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL**

A. Diskripsi Hasil Pelaksanaan KKL.....	28
B. Deskripsi Partisipasi Mahasiswa.....	37
C. Analisis Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan.....	53

### **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	59
B. Kritik dan Saran.....	59

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>61</b>
----------------------------	-----------

### **LAMPIRAN**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1

Struktur Organisasi BKPM DIY



## DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I      Surat Keterangan Kuliah Kerja Lapangan
- LAMPIRAN II     Lembar Kegiatan Kuliah Kerja Lapangan
- LAMPIRAN III    Lampiran Gambar Kegiatan dan Hasil Kerja dalam KKL



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. LATAR BELAKANG**

Yogyakarta sebagai salah satu kota besar di Indonesia menyandang predikat sebagai kota pendidikan, hal tersebut tentu dapat dilihat dari banyaknya sekolah yang berada di dalam Yogyakarta. Selain sebagai kota pelajar, Yogyakarta terkenal pula sebagai kota pariwisata dan sekaligus kota budaya. Berbagai macam bentuk wisata disuguhkan oleh kota Yogyakarta mulai dari wisata alam, sejarah, budaya, kuliner, dll. Setiap obyek wisata ini memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk menjelajahi setiap sudut dari kota Yogyakarta. Dengan daya tarik yang sedemikian banyak macamnya tak heran jika kunjungan wisatawan di Yogyakarta pada tahun 2014 menjapai 2,4 juta jiwa untuk wisatawan domestik dan 1,8 juta untuk wisatawan manca negara.

Saat ini perkembangan di berbagai sektor mulai dari pertanian, pendidikan, pariwisata, jasa, transportasi, industri, dll sedang gencar ditumbuhkan oleh pemerintah Yogyakarta tidak heran jika warga Kota Yogyakarta melihat pembangunan dimana-mana. Salah satu pembangunan yang sudah terlihat dengan jelas yaitu pembangunan hotel yang sangat banyak tersebar di Yogyakarta. Selain itu sarana transportasi untuk saat ini juga di dorong untuk tumbuh yaitu dengan dibangunnya pelabuhan dan bandara di kawasan kulon progo. Berbagai pembangunan yang ada di Yogyakarta tidak lepas dari adanya investasi yang membantu dalam proses pembangunan.

Pekembangan pembangunan yang besar di Yogyakarta diharapkan banyak perusahaan yang mau menginvestasikan dananya ke daerah Yogyakarta. Menurut Sukrino (2002) Investasi merupakan pengeluaran atau pembelanjaan penanam-penanam suatu modal atau perusahaan untuk membeli barang-barang modal dan juga perlengkapan-perengkapan produksi untuk menambah kemampuan memproduksi barang-barang dan juga jasa-jasa yang tersedia dalam perekonomian. Menurut Badan Kerjasama dan Penanaman Modal (BKPM) DIY terdapat beberapa faktor yang mendukung iklim investasi di Yogyakarta yaitu stabilitas politik, letak geostrategis, kaya akan budaya dan tradisi, SDM berkualitas, kemudahan iklim investasi, dan daya saing tinggi.

BKPM DIY adalah Badan Kerjasama dan Penanaman Modal Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai penghubung utama antara dunia usaha dan pemerintah, BKPM DIY diberi mandat untuk mendorong investasi langsung, baik dari dalam negeri maupun luar negeri di Daerah Istimewa Yogyakarta. Badan Kerjasama dan Penanaman Modal Provinsi DIY ditetapkan berdasarkan Perda Provinsi DIY nomor 7 tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata kerja Inspektorat, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Lembaga Teknis Daerah dan Satuan Polisi Pamong Praja serta dengan Peraturan Gubernur DIY nomor 58 tahun 2008 tentang Rincian Tugas dan Fungsi Badan dan Unit Pelaksana pada Badan kerjasama dan Penanaman Modal. Pembentukan badan ini merupakan wujud dari komitmen pemerintah untuk menciptakan iklim yang kondusif dalam memberi pelayanan dan kepastian berusaha bagi investor.

Pemasaran sangat dibutuhkan untuk meningkatkan investasi yang ada di Yogyakarta terutama pada sektor-sektor utama seperti pendidikan, pariwisata, pertanian, jasa, dll. Berbagai macam kegiatan promosi pemasaran dilakukan oleh BPKM

Yogyakarta untuk menarik investor sehingga mau menginvestasikan dananya ke Yogyakarta. Salah satu kegiatan pemasaran yang dilakukan BPKM Yogyakarta yaitu dengan dilaksanakan Pameran Invesda. Pameran Invesda merupakan kegiatan pameran untuk menawarkan potensi daerah dalam menarik para investor. Selain kegiatan Invesda kegiatan promosi yang dilakukan BKPM Yogyakarta untuk menarik investor yaitu mengikuti *event-event* yang berhubungan dengan investasi. Salah satunya yaitu Gelar Potensi Investasi Nasional dan Seminar Nasional Investasi (GPID). Dalam acara tersebut DIY turut berpartisipasi dengan menyertakan bahan promosi investasi.

Berbagai kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh BPKM Yogyakarta membuat penulis tertarik untuk mengambil bidang komunikasi pemasaran dalam memenuhi kegiatan kuliah kerja lapangan di BKPM. Hal ini dikarenakan komunikasi pemasaran merupakan proses penyebaran informasi tentang perusahaan dan apa yang hendak ditawarkan (*offering*) pada pasar sasaran (Sulaksana, 2003:23). Proses ini diharapkan mencapai pada peningkatan investasi melalui BKPM Yogyakarta.

Penulis memilih BKPM Yogyakarta sebagai tempat untuk melaksanakan Kuliah kerja lapangan karena BPKM Yogyakarta sebagai satu-satunya badan yang mengorganisir para pemilik modal sehingga tertarik untuk menginvestasikan modal untuk pembangunan di Yogyakarta sehingga penulis tertarik untuk mempelajari langsung terkait dengan bagaimana BKPM Yogyakarta melaksanakan aktivitas komunikasi pemasaran untuk menjangkau target audincenya.

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Dari latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

“Bagaimana aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan di Badan Kerjasama dan Penanaman Modal Daerah Istimewa Yogyakarta?”

## **C. TUJUAN KULIAH KERJA LAPANGAN**

1. Tujuan dari Kuliah Kerja Lapangan ini adalah untuk mengetahui, mempelajari, dan memahami secara jelas dan lebih rinci terkait dengan aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh BKPM Yogyakarta.
2. Mengetahui, mempelajari, dan memahami penerapan aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan di BKPM Yogyakarta.

## **D. MANFAAT KULIAH KERJA LAPANGAN**

### **1. Manfaat Akademis**

- a. Untuk pengembangan ilmu pengetahuan, diharapkan memberikan tambahan ilmu pengetahuan khususnya pengembangan ilmu komunikasi.
- b. Untuk mengetahui secara nyata penerapan teori yang telah dipelajari.

### **2. Secara Praktis**

- a. Untuk memberikan informasi secara detail mengenai komunikasi pemasaran didalam instansi pemerintahan.
- b. Untuk digunakan sebagai referensi dalam dunia kerja.

## E. KERANGKA TEORI

### E.1 Konsep Pemasaran

Pemasaran menurut Kotler dan Armstrong adalah sebagai sebuah strategi yang didalamnya terdapat bauran pemasaran yang biasa disebut sebagai *marketing mix* dimana didalam sebuah perusahaan dapat mengembangkannya untuk mentransfer nilai melalui petukaran untuk pelanggannya (2008:62). Selain itu, jika dilihat dari sudut pandang lama, pemasaran adalah bagaimana cara mendesain sebuah produk, menguji produk tersebut, membuat produk, memberikan *brand* kepada produk itu, mengemasnya, menentukan harga produk, dan kemudian mempromosikannya. Dapat disimpulkan bahwa pemasaran atau *marketing* adalah sebuah proses bisnis yang dilakukan dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menyediakan barang dan jasa.

Konsep pemasaran didalamnya terdapat *marketing mix* yang terdiri dari 4P yaitu *Product, Place, Price, dan Promotion*. Adapun pengertian *marketing mix* menurut Fandy Tjiptono (2008) bahwa bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang digunakan oleh pemasar untuk membentuk karakteristik produk baik itu barang maupun produk jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Selain itu, seperti yang telah dikatakan sebelumnya bahwa bauran pemasaran terdiri dari 4P. Jika menurut Jerome Mc.Carthy dan Fandy Tjiptono (2008) merumuskan bahwa bauran pemasaran terdiri dari 4P (*product, place, price, promotion*) yang mana masing-masing memiliki penjelasan yaitu sebagai berikut :

#### a. *Product* (produk)

Menurut Fandy Tjiptono produk merupakan “segala sesuatu yang ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan/dikonsumsi pasar

sebagai pemenuh kebutuhan/keinginan pasar yang bersangkutan” (1999:95).

Sebuah produk meliputi barang fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, gagasan dan ide.

b. *Place* (saluran distribusi tempat)

*Place* adalah aktivitas sebuah perusahaan yang menyalurkan produk atau jasa bagi konsumen ketempat yang mana produk tersedia dalam sejumlah saluran distribusi dan outlet yang memungkinkan bagi konsumen agar dapat dengan mudah memperoleh suatu produk (Tjiptono, 1999).

c. *Price* (harga)

*Price* adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh sebuah produk barang atau jasa yang diinginkan konsumen dan tentu saja harga terjangkau oleh konsumen. Adapun pengertian harga menurut Fandy Tjiptono adalah satuan moneter atau ukuran lainnya termasuk barang dan jasa lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau pengguna suatu barang dan jasa (Tjiptono, 2000)

d. *Promotion* (promosi)

*Promotion* adalah sebuah aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan serta membujuk pelanggan agar berkeinginan dan mengetahui produk yang disediakan baik barang maupun jasa kepada konsumen. (Tjiptono, 1999).

Aspek promosi yang terdapat didalam *marketing mix* tersebutlah yang kemudian disebut sebagai bauran promosi (*Promotion mix*) atau bauran komunikasi pemasaran (*marketing communication mix*).



## E.2 Konsep Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran merupakan salah satu dari 4 elemen besar dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Didalam komunikasi pemasaran terdapat *marketing communication mix* yang mana menurut Kotler dan Amstrong merupakan “panduan spesifik hubungan masyarakat, iklan, promosi penjualan, penjualan pesonal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai pelanggan secara persuasif dan membangun hubungan pelanggan.” (2008:116). Pengertian *promotion mix* adalah sebuah kombinasi strategi yang baik digunakan oleh perusahaan untuk dapat mencapai tujuan perusahaan dengan menggunakan unsur-unsur yang ada didalam bauran promosi (Stanton,2000).

Proses komunikasi pemasaran suatu perusahaan harus didukung dengan alat-alat komunikasi pemasaran atau dapat juga disebut dengan baruan komunikasi pemasan (*marketing mix*), dalam pemasaran dapat pula disebut dengan *promotion mix*. Adapun unsur yang terdapat dalam baruan promosi yaitu:

### a. . Periklanan (*Advertising*)

Menurut Belch (Belch, 2007: 17), periklanan (*advertising*) didefinisikan sebagai “*any paid form of non personal communication about an organization, product, service, or idea by an identified sponsor*” atau bentuk komunikasi nonpersonal berbayar tentang sebuah organisasi, produk, jasa, atau ide oleh sponsor yang teridentifikasi. Maksud dari kata komunikasi nonpersonal yang berbayar disini berarti suatu iklan melibatkan berbagai media seperti (TV, radio, majalah, koran, *web*) dan ruang / tempat dan waktu (durasi) untuk suatu pesan iklan pada umumnya dibeli. Berbagai perusahaan memasang iklan

dengan menggunakan media massa untuk mempromosikan barang atau jasa karena dianggap lebih efektif, efisien dan menjangkau target audies lebih luas, dan juga membangun citra dari produk dan perusahaan tersebut.

b. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Penjualan personal ini berbeda dengan iklan, karena melibatkan kontak langsung antara penjual dan pembeli. Komunikasi antara penjual dan pembeli dalam hal ini umumnya bersifat individual dan personal sehingga penjual dapat menerima langsung umpan balik dari calon pembeli atau pelanggannya. Penjualan personal ini dapat ditujukan kepada calon pembeli yang dianggap paling potensial dan paling prospektif untuk menjadi pelanggan di masa depan. Menurut Kotler (Kotler, 2009:192), penjualan personal merupakan alat paling efektif pada tahap proses pembelian selanjutnya, terutama dalam membentuk preferensi, keyakinan, dan tindakan pembeli. Contoh dalam penjualan secara personal yaitu *sales*.

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Definisi Promosi Penjualan (*Sales Promotion*) adalah "*as a direct inducement that offers an extra value or incentive for the product to the sales force, distributors, or the ultimate consumer with the primary objective of creating an immediate sale*" atau sebuah dorongan (rangsangan) secara langsung yang menawarkan nilai lebih atau berupa insentif untuk produk pada para tenaga penjual, distributor, konsumen yang membeli produk dalam jumlah banyak dengan tujuan utama yaitu menjual secara cepat (Belch, 2007:495). Contoh dalam hal ini dapat berupa kupon/voucher, tawaran uang kembali(*cash back*), premi, promosi dagang.

d. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Hubungan Masyarakat (*Public Relation*) didefinisikan sebagai *"the management function which evaluates public attitudes, identifies the policies and procedures of an individual or organization with the public interest and executes a program of action to earn public understanding and acceptance"* atau sebuah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap-sikap masyarakat, mengidentifikasi berbagai kebijakan dan prosedur pada individu atau suatu organisasi yang memiliki kepentingan pada masyarakat dan melaksanakan sebuah program yang berbentuk suatu kegiatan untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan masyarakat (Belch, 2007:23).

e. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Bentuk promosi dengan cara memasarkan barang/jasa secara langsung agar mendapatkan tanggapan secara langsung dari para konsumen. Pemasaran langsung ini bisa melalui penggunaan surat, telepon, dan alat penghubung non-personal lainnya untuk berkomunikasi dengan mendapatkan respon dari calon pelanggan dan pelanggan lainnya. Contohnya surat, pemasaran jarak jauh, pemasaran elektronik.

### E.3 Investasi

Ada beberapa pendapat menurut para ahli mengenai pengertian investasi sebagai berikut:

Menurut Sophar Lumbantoruan (1996:59) dalam bukunya berjudul Akuntan pajak, Investasi adalah penyertaan modal pada perusahaan lain.

Menurut Farid Harianto dan Siswanto Sudomo (1998:2) investasi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan menempatkan dana pada satu atau lebih aset (*assets*) selama

periode tertentu dengan harapan dapat memperoleh penghasilan dan atau peningkatan investasi.

Dengan demikian dari beberapa definisi diatas dapat diartikan bahwa investasi merupakan aktivitas perusahaan atau pemilik modal menyertakan modalnya kepada perusahaan lain dengan cara pembelian dari dana yang tersedia dengan harapan dapat memberikan keuntungan ekonomi di masa mendatang.

### **E.3.1 Jenis – jenis Investasi**

Secara umum aset sektor yang dapat menjadi saran investasi terbagi menjadi dua, yaitu pada sector *rill* dan sector *financial*. Investasi di sector *rill* adalah menambahkan modal atau membeli aset produktif untuk menghasilkan suatu produk tertentu melalui proses produksi. Jenis investasi dalam aset *rill* seperti rumah, tanah, dan emas. Sedangkan investasi di sector *financial* yaitu suatu aktivitas jual beli aset keuangan atau surat-surat berharga dengan harapan dapat memperoleh keuntungan. Jenis investasi dalam aset *financial* antara lain tabungan, deposito, reksadana, obligasi, saham, emas, property, dan lainnya.

Dalam Jogiyanto (2010:7), investasi dibagi menjadi dua golongan besar yaitu investasi langsung dan investasi tidak langsung:

#### **1. Investasi Langsung**

Investasi langsung diartikan sebagai suatu pemilikan surat-surat berharga secara langsung dalam suatu entitas yang secara resmi telah *Go Public* dengan harapan akan mendapatkan keuntungan berupa penghasilan dividend an capital gain.

## 2. Investasi Tidak Langsung

Investasi tidak langsung terjadi bilamana surat-surat berharga yang dimiliki diperdagangkan kembali oleh perusahaan investai (*investment company*) yang berfungsi sebagai perantara pemilikan aktiva tidak langsung dilakukan melalui lembaga-lembaga keuangan terdaftar, yang bertindak sebagai perantara atau *intermediary*. Dalam peranannya sebagai investor tidak langsung, pedagang perantara (pialang) mendapatkan *dividend* dan *capital gain* seperti halnya dalam investasi langsung, selain itu juga akan memperoleh penerimaan berupa *capital gain* atas hasil perdagangan portofolio yang dilakukan oleh perusahaan perantara tersebut.

Pada kelompok investasi langsung, ada dua jenis alternative investasi menurut Jogyanto (2010:9), yaitu:

1. Investasi langsung yang tidak dapat diperjual belikan. Contoh Tabungan dan deposito.
2. Investasi langsung yang dapat diperjual belikan.
  - a. Investasi langsung di pasar uang. Contoh *t-bill*, deposito yang dapat dinegosiasi.
  - b. Investasi di pasar modal
    - a) Surat-surat berharga pendapatan tetap (*fixed-income securities*) Contoh *t-bond*, *federal agency securutues*, *municipal bond*, *corporate bond*, *convertible bond*.
    - b) Saham-saham

c. Investasi langsung di pasar turunan

a) Opsi, contoh: wara, opsi put, opsi call

b) *Futures contract*

Sedangkan pada kelompok investasi tidak langsung hanya ada satu jenis alternative, yaitu perusahaan investasi. Berupa unit *investment trust*, *closed-end investment companies*, dan *open-end investment companies*.



## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM BADAN KERJASAMA DAN PENANAMAN MODAL (BKPM)**

#### **DIY**

##### **A. Tentang BKPM DIY**

BKPM merupakan Badan Kerjasama dan Penanaman Modal Daerah Istimewa Yogyakarta. Sebagai penghubung utama antara dunia usaha dan pemerintah. BKPM DIY diberi mandat untuk mendorong investasi langsung, baik dari dalam negeri maupun luar negeri di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Badan Kerjasama dan Penanaman Modal Provinsi DIY ditetapkan berdasarkan Perda DIY nomor 3 tahun 2015 tentang Kelembagaan Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta. Pembentukan badan ini merupakan wujud dari komitmen pemerintah untuk menciptakan iklim yang kondusif dalam memberi pelayanan dan kepastian berusaha bagi investor.

Kebijakan ini didasarkan atas pertimbangan bahwa dalam pelaksanaan pembangunan di DIY, Pemda DIY telah menyusun dokumen perencanaan sebagai arah pembangunan yaitu Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2012 - 2017, yang salah satunya misinya adalah "Menguatkan fondasi kelembagaan dan memantapkan struktur ekonomi daerah yang berbasis pariwisata dan potensi lokal dengan semangat kerakyatan menuju masyarakat yang sejahtera", serta sasaran dari misi tersebut adalah Terwujudnya peningkatan ketahanan ekonomi masyarakat dan terciptanya tata kelola perekonomian daerah yang

responsif dan adaptif, maka dukungan penanaman modal khususnya penanaman modal Non Pemerintah/ swasta sangat diperlukan.

Penyelenggaraan tugas pokok dan fungsi Badan Kerjasama dan Penanaman Modal (BKPM) DIY sebagaimana diamanatkan dalam Peraturan Gubernur Provinsi DIY nomor 74 tahun 2015 tentang Rincian Tugas dan Fungsi Badan Kerjasama dan Penanaman Modal, bertugas untuk melaksanakan penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah bidang kerjasama dan penanaman modal. Bidang penanaman modal ini sangat memerlukan penanganan serius yang harus dimiliki demi mewujudkan apa yang telah diamanatkan dalam konstitusi.

## **B. Visi dan Misi**

Sesuai dengan Reviu Renstra Strategis Badan Kerjasama dan Penanaman Modal DIY merumuskan visi: ***“Terwujudnya Iklim Penanaman Modal Yang Berdaya Saing untuk Menunjang Kualitas Perekonomian Daerah Istimewa Yogyakarta”.***

Misi adalah pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan dalam usaha mewujudkan visi. Misi juga akan memberikan arah sekaligus batasan proses pencapaian tujuan. Oleh karena itu, untuk mewujudkan visi tersebut akan ditempuh melalui 3 (tiga) misi Badan Kerjasama dan Penanaman Modal DIY sebagai berikut:

1. Mendorong peningkatan realisasi dan pemerataan penanaman modal yang didukung oleh promosi dan kualitas pelayanan penanaman modal;
2. Mendorong pengembangan jejaring kerjasama untuk mendukung pembanguna daerah;
3. Mendorong terwujudnya hubungan yang harmonis antara pemerintah daerah dengan pemerintah pusat, masyarakat DIY di Jakarta dan pihak swasta.



## C. Kerja Sama

### 1) Kerjasama Dosestik

#### KESEPAKATAN BERSAMA (KSB)

1. KSB antara Pemda DIY dengan BPPT, PT. Medco Inti Dinamika, dan PT. Len Industri (Persero).  
Bidang Kerja Sama : Kerja Sama Pengembangan Pembangkit Listrik Tenaga Surya Dan Teknologi Surya.
2. KSB antara Pemda DIY dengan KADIN DIY dan UGM.  
Bidang Kerja Sama : Kerja Sama Optimalisasi Sinergi Tiga Pilar (Triple Helix) untuk Percepatan Pembangunan Ekonomi dan Kesejahteraan Rakyat DIY.
3. KSB antara Pemda DIY dengan PT. Badan Penerbit Kedaulatan Rakyat.  
Bidang Kerja Sama : Kerja Sama dalam Program Digitalisasi Koran Terbitan Surat Kabar Harian “Kedaulatan Rakyat” Sebagai Arsip Bersejarah.
4. KSB antara Pemda DIY dengan UGM.  
Bidang Kerja Sama : Kerja Sama Dalam Peningkatan, Pengembangan, Dan Pemberdayaan Sumber Daya Berbagai Aspek.
5. KSB antara Pemda DIY dengan Pemprov. Sulawesi Selatan.  
Bidang Kerja Sama : Kerja Sama Pembangunan Daerah
6. KSB antara Pemda DIY dengan Kemenkumham RI.  
Bidang Kerja Sama : Kerja Sama Penghormatan, Pemenuhan, Perlindungan, Penegakan, & Pemajuan HAM di DIY.

7. KSB antara Pemda DIY dengan APTISI Wilayah V DIY.

Bidang Kerja Sama : Kerja Sama Penelitian dan Pengabdian Kepada masyarakat dalam rangka mewujudkan DIY sebagai pusat pendidikan terkemuka.

8. KSB antara Pemda DIY dengan Badan Standardisasi Nasional.

Bidang Kerja Sama : Pembinaan & pengembangan Standardisasi serta Penilaian Kesesuaian di DIY.

9. KSB antara Pemda DIY dengan PT. Bank Syariah Mandiri.

Bidang Kerja Sama : Pemberdayaan UMKM dan IKM di DIY.

10. KSB antara Pemda DIY dengan PT. Microsoft Indonesia.

Bidang Kerja Sama : Pengembangan Jogja Cyber Province di Daerah Istimewa Yogyakarta.

11. KSB antara Pemda DIY dengan POLDA DIY.

Bidang Kerja Sama : Kerja Sama Penyelenggaraan Keamanan, Ketentraman dan Ketertiban Umum di Wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.

12. KSB antara Pemda DIY dengan BNNP DIY, dan POLDA DIY.

Bidang Kerja Sama : Pencegahan dan Penanggulangan Terhadap Penyalahgunaan dan Peredaran Gelap Narkoba di Daerah Istimewa Yogyakarta.

13. KSB antara Pemda DIY dengan Kejaksaan Tinggi DIY.

Bidang Kerja Sama : Komite Bersama Desk Kajian Kebijakan Daerah (DKKD) di Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta.

14. KSB antara Pemda DIY dengan POLDA DIY.

Bidang Kerja Sama : Satu Data Pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### **PERJANJIAN KERJASAMA (PKS)**

1. PKS antara Pemda DIY dengan Pemprov Jateng, Pemprov Jatim, Kab Gunungkidul, Kab. Wonogiri, dan Kab Pacitan.

Bidang Kerja Sama : Pengembangan dan Pelestarian Gunung Sewu Global Geopark bidang Kepariwisata.

2. PKS antara Pemda DIY dengan Ditjen Aplikasi Informatika Kemen Komunikasi & Informatika RI.

Bidang Kerja Sama : Pilot Project Penerapan Standar Sistem Manajemen Keamanan Informasi dan pembentukan Computer Security Incident Response Team

3. KSB antara Pemda DIY dengan PT. Badan Penerbit Kedaulatan Rakyat.

Bidang Kerja Sama : Digitalisasi Koran Terbitan Surat Kabar Harian “Kedaulatan Rakyat” Sebagai Arsip Bersejarah.

4. PKS antara Pemda DIY dengan Pemprov Jateng, Pemprov Jatim, Kab Gunungkidul, Kab. Wonogiri, dan Kab Pacitan.

Bidang Kerja Sama : Pengembangan dan Pelestarian Gunung Sewu Global Geopark bidang ESDM.

5. PKS antara Pemda DIY dengan Pemprov Jateng, Pemprov Jatim, Kab Gunungkidul, Kab. Wonogiri, dan Kab Pacitan.

Bidang Kerja Sama : Pengembangan dan Pelestarian Gunung Sewu Global Geopark bidang Pendidikan.

6. PKS antara Pemda DIY dengan BNNP DIY, dan POLDA DIY.

Bidang Kerja Sama : Integrasi Pelayanan Rehabilitasi Medis Tersangka Pecandu, Penyalahguna dan Korban Penyalahgunaan Narkoba.

7. PKS antara Pemda DIY dengan POLDA DIY.

Bidang Kerja Sama : Kerja Sama Penyelenggaraan Pencarian dan Pertolongan (*Search And Rescue / Sar*).

8. PKS antara Pemda DIY dengan POLDA DIY.

Bidang Kerja Sama : Pelaksanaan Pengawasan dan Penegakan Hukum Bidang Kelautan Dan Perikanan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

9. PKS antara Pemda DIY dengan UGM.

Bidang Kerja Sama : Penyelenggaraan Klinik Konstruksi.

10. PKS antara Pemda DIY dengan PT. Bank Syariah Mandiri.

Bidang Kerja Sama : Program Pembinaan, Pemberdayaan, serta Penyaluran Pembiayaan IKM, Pedagang Pasar dan PKL Binaan Disperindag DIY.

## **2) Kerjasama Internasional**

1. Kerja Sama Pemda DIY – Prefektur Yamanashi
2. Kerjasama antara Daerah Istimewa Yogyakarta dengan Victoria Australia

#### **D. Struktur Organisasi**

SKPD Badan Kerjasama dan Penanaman Modal Daerah Istimewa Yogyakarta dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 7 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja SKPD Badan Kerjasama dan Penanaman Modal DIY .

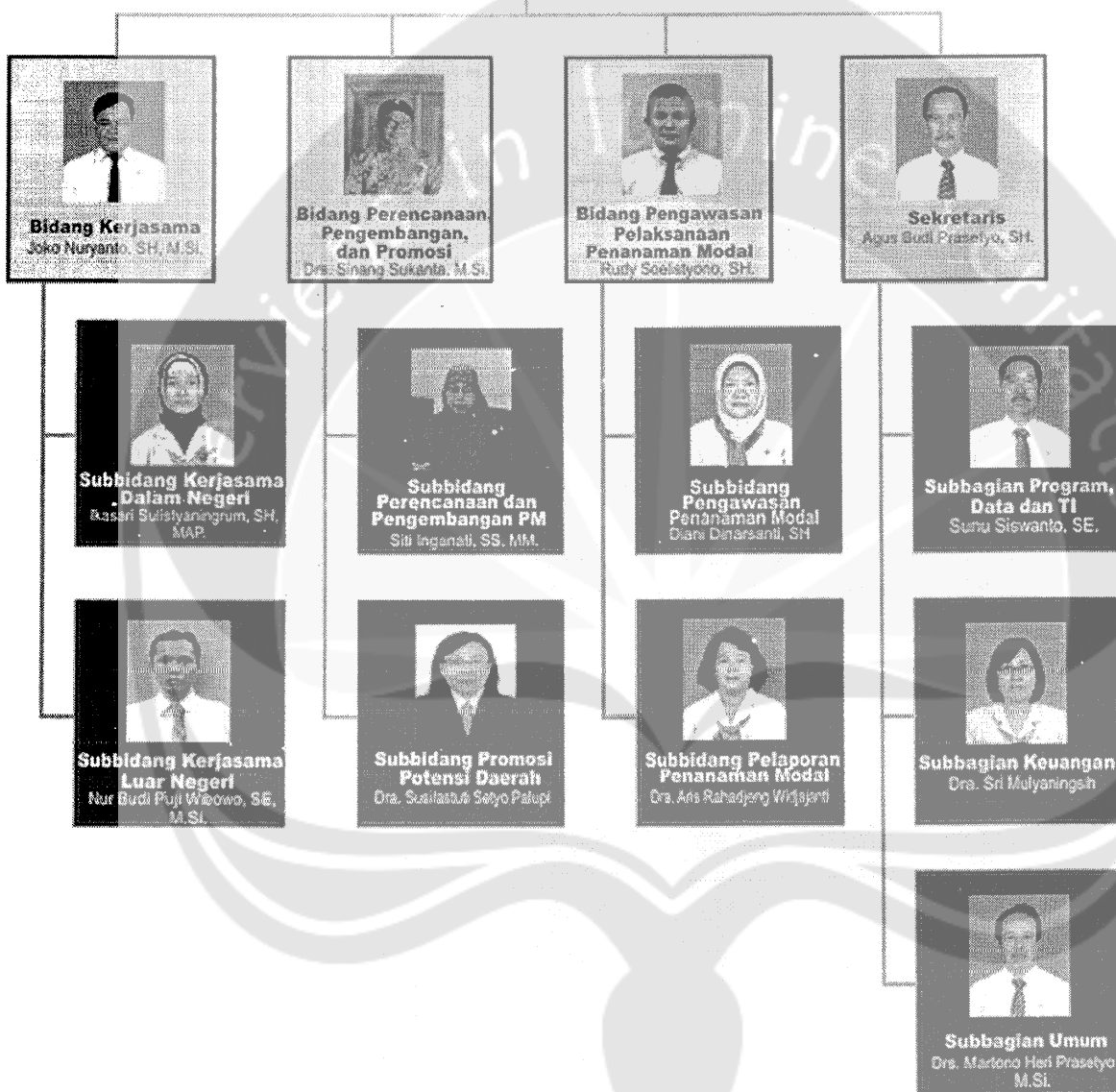
SKPD Badan Kerjasama dan Penanaman Modal DIY merupakan unsure pelaksana penyelenggaraan pemerintah daerah dengan susunan organisasi sebagai berikut:

1. Serketariat, meliputi;
  - a. Subbagian Program, Data dan Teknologi Informasi;
  - b. Subbagian Kcuangan;
  - c. Subbagian Umum;
2. Bidang Kerjasama:
  - a. Subbidang Kerjasama Dalam Negeri;
  - b. Subbidang Kerjasama Luar Negeri;
3. Bidang Perencanaan dan Promosi
  - a. Subbidang Perencanaan Penanaman Modal
  - b. Subbidang Promosi Potensi Daerah
4. Bidang Fasilitasi dan Perijinan Penanaman Modal
  - a. Subbidang Fasilitas Pelayanan;
  - b. Subbidang Perijinan;
5. Bidang Pengawasan dan Pelaksanaan Penanaman Modal
  - a. Subbidang Pengawasan Penananaman Modal;

- b. Subbidang Pelaporan Penanaman Modal;
- 6. UPT-LTD terdiri;
  - a. Kantor Perwakilan Daerah
  - b. Gerai Pelayanan Perizinan Terpadu (P2T)

Peraturan Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 7 Tahun 2008 menetapkan bahwa SKPD Badan Kerjasama dan Penanaman Modal DIY mempunyai tugas melaksanakan penyusunan dan pelaksanaan kebijakan daerah di bidang kerjasama dan penanaman modal. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud SKPD Badan Kerjasama dan Penanaman Modal DIY Adapun fungsi yang melekat pada ketugasan tersebut meliputi:

1. Penyusunan program kerjasama, perencanaan promosi, fasilitas dan perijinan penanaman modal serta pengawasan pelaksanaan penanaman modal;
2. Perumusan kebijakan teknis di bidang kerjasama, perencanaan dan promosi, fasilitas dan perijinan penanaman modal serta pengawasan pelaksanaan penanaman modal;
3. Penyelenggaraan koordinasi kerjasama, perencanaan dan promosi, fasilitasi dan perijinan penanaman modal serta pengawasan pelaksanaan penanaman modal;
4. Penyelenggaraan dan monitoring evaluasi kerjasama dalam negeri dan luar negeri;
5. Perumusan rencana umum penanaman modal dan promosi potensi daerah;
6. Pemberian fasilitas pelayanan dan perijinan penanaman modal;
7. Penyelenggaraan pengawasan pelaksanaan, monitoring dan evaluasi, serta pelaporan penanaman modal;
8. Penyelenggaraan kegiatan ketatausahaan



Sumber : BKPM DIY

Berkaitan dengan bagian promosi sebagai lokasi yang sesuai dengan topik yang penulis bahas, berikut tugas dan tanggung jawab yang dilakukan pegawai di bagian promosi.

#### 1. Bidang Perencanaan, Pengembangan dan Promosi

Bidang Perencanaan, Pengembangan dan promosi yang dijabat oleh Drs. Sinang Sukanta. M.si. mempunyai tugas melaksanakan perencanaan, pengkajian pengembangan, dan penyelenggaraan promosi penanaman modal. Tugas-tugas yang dikerjakan bidang Perencanaan, Pengembangan, dan promosi meliputi:

- a. Penyusunan Program Kerja
- b. Penyimpanan bahan perumusan kebijakan teknis perencanaan, pengembangan, dan promosi.
- c. Penyusunan perencanaan penanaman modal daerah
- d. Pengembangan iklim investasi daerah
- e. Penyusunan potensi peluang investasi daerah
- f. Penyusunan perencanaan dan strategi promosi
- g. Koordinasi dan penyelenggaraan promosi penanaman modal skala provinsi
- h. Koordinasi promosi potensi daerah skala provinsi
- i. Pembinaan promosi penanaman modal skala provinsi
- j. Pelaksanaan monitoring, evaluasi, dan penyusunan laporan program Bidang Perencanaan, Pengembangan dan Promosi
- k. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya



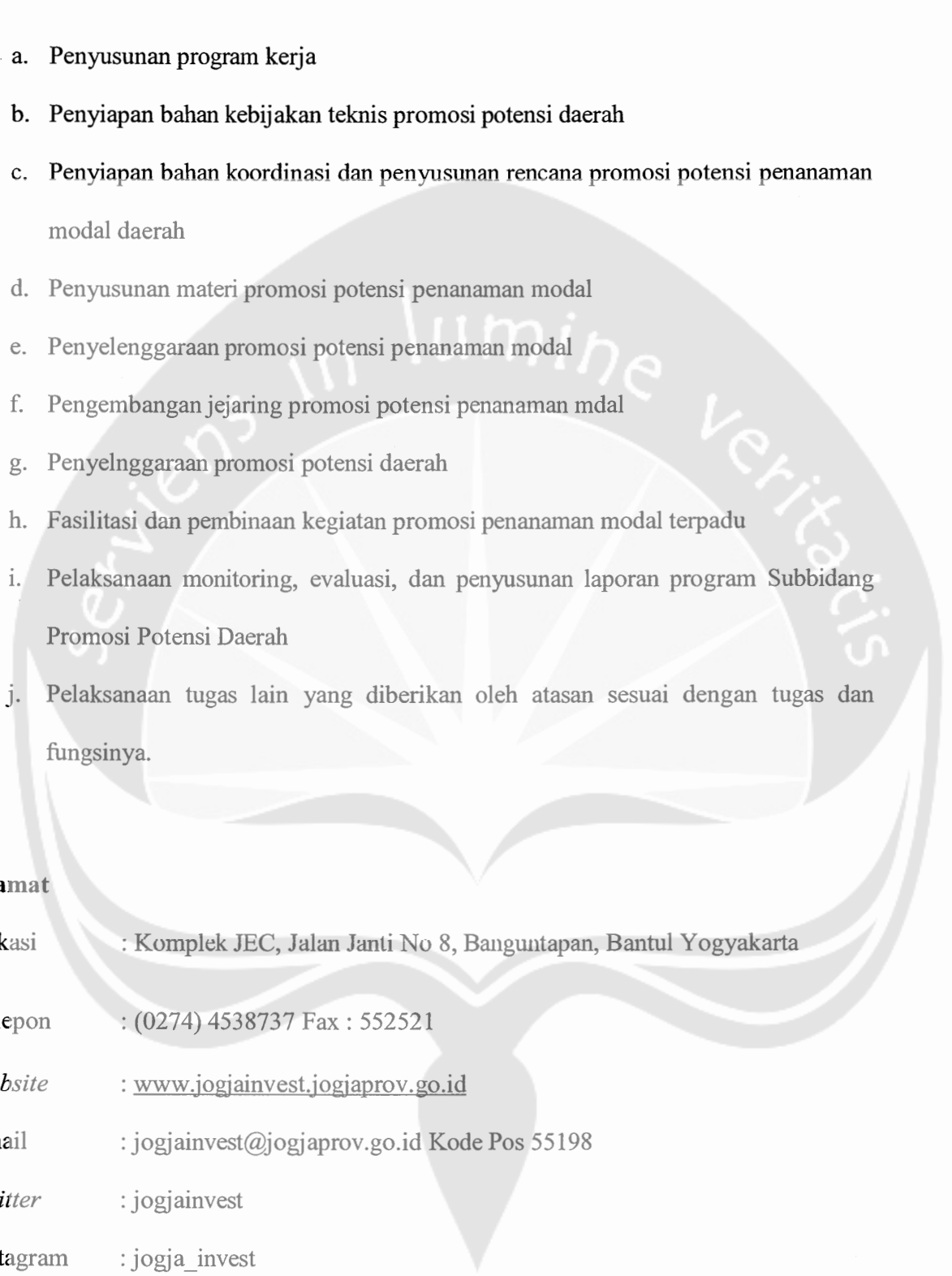
## 2. Subbidang Perencanaan dan Pengembangan Penanaman Modal

Subbidang Perencanaan dan Pengembangan Penanaman Modal yang dijabat oleh Siti Ingananti, SS. MM mempunyai tugas melaksanakan penyusunan rencana dan pengembangan penanaman modal. Tugas ang diberikan pada subbidang perencanaan dan pengembangan penanaman modal yaitu:

- a. Penyusunan program kerja
- b. Penyiapan bahan kebijakan teknis perencanaan dan pengembangan penanaman modal
- c. Penyiapan bahan koordinasi dan penusunan rencana umum penanaman modal daerah
- d. Penyusunan pedoman pelaksanaan rencana umum penanaman modal daerah
- e. Penyusunan peta investasi dan peta potensi investasi daerah
- f. Penyiapan bahan kebijakan pengembangan iklim investasi
- g. Pelaksanaan evaluasi kebijakan investasi
- h. Pengkajian potensi penanaman modal daerah
- i. Pelaksanaan monitoring, evaluasi. Dan penyusunan laporan program Subbidang Perencanaan dan Pengembangan Penanaman Modal
- j. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya

## 3. Subbidang Promosi Potensi Daerah

Subbidang Promosi Potensi Daerah yang dijabat oleh Dra Susilastuti Setyo Palupi memiliki tugas untuk menyelenggarakan promosi potensi penanaman modal. tugas tugas yang diberikan meliputi:

- 
- a. Penyusunan program kerja
  - b. Penyiapan bahan kebijakan teknis promosi potensi daerah
  - c. Penyiapan bahan koordinasi dan penyusunan rencana promosi potensi penanaman modal daerah
  - d. Penyusunan materi promosi potensi penanaman modal
  - e. Penyelenggaraan promosi potensi penanaman modal
  - f. Pengembangan jejaring promosi potensi penanaman mdal
  - g. Penyelnggaraan promosi potensi daerah
  - h. Fasilitasi dan pembinaan kegiatan promosi penanaman modal terpadu
  - i. Pelaksanaan monitoring, evaluasi, dan penyusunan laporan program Subbidang Promosi Potensi Daerah
  - j. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan oleh atasan sesuai dengan tugas dan fungsinya.

#### **E. Alamat**

**Lokasi** : Komplek JEC, Jalan Janti No 8, Banguntapan, Bantul Yogyakarta

**Telepon** : (0274) 4538737 Fax : 552521

**Website** : [www.jogjainvest.jogjaprov.go.id](http://www.jogjainvest.jogjaprov.go.id)

**Email** : [jogjainvest@jogjaprov.go.id](mailto:jogjainvest@jogjaprov.go.id) Kode Pos 55198

**Twitter** : jogjainvest

**Instagram** : jogja\_invest

## **F. Lingkungan Pekerjaan di BKPM DIY**

Waktu kerja bagi pegawai di BKPM DIY terdiri dari 5 hari kerja dengan rincian sebagai berikut:

Senin – Kamis: Pukul 08.30 – 12.00 WIB

12.00 – 12.30 WIB (Istirahat)

12.30 – 16.00 WIB

Jumat : Pukul 08.30 – 14.30 WIB

Rincian di atas adalah gambaran umum waktu kegiatan yang dilakukan di BKPN yang sudah ditetapkan, namun sewaktu-waktu dapat terjadi perubahan, jika ada pekerjaan yang harus diselesaikan maka pegawai akan lembur. Untuk hari Sabtu dan Minggu merupakan hari libur bagi pegawai. Pakaian yang digunakan untuk pegawai menggunakan seragam yang telah ditentukan, namun untuk mahasiswa magang/KKL menggunakan pakaian bebas rapi. Untuk hari Kamis dan Jumat disarankan untuk menggunakan batik.

## **G. Program Kerja BKPM DIY**

Program kerja yang dilakukan di BKPM DIY meliputi Minat Investor dalam negeri meningkat 10 peminat (dari 50 peminat menjadi 60 peminat) melalui kegiatan pameran sebanyak 5 kali pameran, 2 media iklan, dan Temu investor sebanyak 5 kali. Informasi Produk Unggulan daerah meningkat dari 3 sektor (Pariwisata, Pendidikan, dan Industri Kreatif) menjadi 4 sektor (Pariwisata, Pendidikan, Industri Kreatif, dan Infrastruktur). Peningkatan produk unggulan daerah melalui kegiatan 3 pameran.

Berdasarkan program kerja di atas capaian kerja yang telah dilaksanakan di BKPM DIY pada tahun 2016 dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Penyusunan Materi Promosi dan pengadaan bahan cetak yang telah dilaksanakan pada bulan Januari-Maret
2. Pengadaan TVC pada bulan Januari – Maret
3. Temu bisnis I pada bulan Maret
4. Temu Bisnis II pada bulan April
5. Pameran AITIS pada bulan April
6. Pameran Hongkong pada bulan April
7. Pameran Invesda Expo pada bulan Mei
8. Pameran Pekan Raya Jakarta pada bulan Juli
9. Regional Investment Forum (RIF) BKPM RI pada bulan Juni
10. Pameran pembangunan pada bulan Agustus
11. Regional Investment Forum (RIF) BKPM RI pada bulan oktober
12. MPU pada bulan Oktober
13. Pameran Investasi IIICE pada bulan November
14. Pameran Sekaten pada bulan Desember

### **BAB III**

#### **HASIL PELAKSANAAN DAN ANALISIS KKL**

##### **DI BKPM DIY**

###### **A. Deskripsi Hasil Pelaksanaan KKL**

Sebagai suatu instansi pemerintah yang berperan menjadi penghubung antara dunia usaha dan pemerintah, BKPM DIY memiliki tugas untuk mendorong investasi langsung, baik dari dalam maupun luar negeri di Daerah Istimewa Yogyakarta. Untuk mendorong investasi yang dilakukan di Yogyakarta dibutuhkan kerjasama yang baik antara dunia usaha dan pemerintah. Untuk tercapainya kerjasama yang baik antara dunia usaha dan pemerintah, berbagai hal dilakukan oleh pemerintah untuk mendorong investasi. Salah satunya bentuk untuk mendorong investasi terdapat bagian promosi yang khusus untuk mempromosikan potensi investasi di Yogyakarta.

Adanya kerjasama, tidak lepas karena komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh BKPM DIY untuk menarik para investor untuk berinvestasi. Selain kerjasama dengan investor, pemerintah DIY juga berkerjasama dengan daerah lainnya untuk membangun jejaring yang efektif agar pelaksanaan implementasi kerjasama dapat berjalan sesuai sasaran dan saling menguntungkan. Untuk mencapai sebuah tujuan bersama tentu saja harus melibatkan seluruh komponen yang ada secara maksimal mungkin, karena tercapainya keberhasilan merupakan tanggung jawab setiap bidang. Bidang yang terlibat dalam aktivitas komunikasi pemasaran di BKPM DIY yaitu pada bagian promosi.

Pada saat awal penulis melakukan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan (KKL), penulis telah menyadari bahwa di BKPM DIY hanya memiliki bagian promosi untuk

melakukan *marketing communication*. Berkaitan dengan topic yang penulis angkat mengenai “aktivitas komunikasi pemasaran di BKPM DIY”, penulis telah konsultasikan terlebih dahulu kepada pak Martana selaku kasbag Umum mengenai bagian *marketing* di BKPM DIY. Dari hasil konsultasi tersebut penulis dianjurkan untuk masuk ke bagian promosi. Hal tersebut yang membuat penulis memberanikan diri untuk memasukkan proposal dan melaksanakan KKL di BKPM DIY.

Selama proses melaksanakan KKL penulis dibingungkan dengan nama yang ada di BKPM DIY, dikarenakan untuk media promosi, semua menggunakan nama Jogja Invest. Namun setelah bertanya-bertanya, dalam rangka lebih meningkatkan kinerja di bagian promosi, maka BKPM DIY melakukan *Branding*. Salah satu perubahan yang dapat dilihat dari *branding* BKPM DIY yaitu perubahan nama untuk bagian promosi menjadi Jogja Invest. Menurut bu Upik yang menjabat sebagai Promosi Potensial Daerah, *Branding* dikhususkan pada bagian promosi, dikarenakan sebelum adanya web Jogja Invest, terdapat 2 website yang menandai BKPM DIY. Kemudian untuk mengantisipasi adanya 2 web dalam satu instansi, dibuatlah Jogja Invest untuk mengurus semua kebutuhan BKPM DIY mulai dari promosi hingga perizinan investasi. Sejak saat itu website dan sosial media dari BKPM DIY berubah menjadi Jogja Invest.

Dalam pelaksanaan KKL penulis melakukan pengamatan dan menemukan bahwa ketika mengkomunikasikan dan mempromosikan mengenai investasi di Yogyakarta, BKPM DIY menggunakan berbagai cara yang berkaitan erat dengan teori teori yang ada dalam bab yang penulis tulis sebelumnya.

## 1. Periklanan (Advertising)

Periklanan merupakan salah satu bentuk dari media promosi yang memiliki daya jangkauan yang luas sehingga mampu memperkenalkan produk maupun mempertahankan bagaimana sebuah produk tetap dikenal oleh konsumen. Iklan bertujuan untuk mengkomunikasikan sebuah informasi yang bersifat persuasif kepada khalayak luas sebagai konsumen. Bentuk-bentuk aktivitas media periklanan yang dilakukan di BKPM DIY diantaranya media cetak seperti surat kabar, brosur, dan leaflet. Sedangkan untuk media iklan elektronik BKPM DIY menggunakan website, media sosial facebook, twitter dan instagram.

### a. Media Cetak

Media cetak merupakan sebuah media yang bersifat statis yang mengutamakan sebuah pesan-pesan visual dan sebagai penyampaian pesan kepada konsumen. Adapun media cetak yang digunakan BKPM DIY sebagai media iklan antara lain surat kabar, leaflet dan brosur. Keunggulan dari surat kabar adalah pembaca surat kabar mempertimbangkan adanya informasi secara serius sebab adanya surat kabar juga diterbitkan setiap hari yang dapat memberikan informasi terbaru untuk masyarakat. BKPM DIY menjalin relasi dengan beberapa media cetak untuk beriklan seperti Koran kedaulatan rakyat dan Koran radar jogja. Adapun kegiatan promosi yang dilakukan di media cetak oleh BKPM DIY selama penulis melaksanakan KKL yaitu kegiatan yang berkaitan dengan pameran Pasar Malam Perayaan Sekaten.

Untuk membantu dalam proses promosi, BKPM DIY menggunakan leaflet dan brosur untuk menyebarkan informasi. Leaflet adalah satu bentuk publikasi singkat yang mana bisa berbentuk selebaran yang berisi keterangan atau informasi tentang sebuah perusahaan, produk, organisasi atau bentuk lainnya yang perlu diketahui khalayak umum. Sedangkan brosur adalah alat promosi yang terbuat dari kertas yang dapat dilipat menjadi 4 bagian sehingga didalamnya terdapat informasi yang disertai gambar dan juga teks. Leaflet dan juga brosur dirasa cukup efektif sebagai bentuk kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh BKPM DIY. Isi dari media cetak yang digunakan yaitu informasi potensi investasi yang ada di Yogyakarta. Dalam pembuatan leaflet dan brosur. Di dalam leaflet terdapat pula cd yang berisi video mengenai informasi potensi investasi yang ada di Yogyakarta. Selama proses melaksanakan KKL penulis melihat bahwa untuk penyebaran brosur dan leaflet, di bagian promosi membagikannya di setiap *event* yang diikuti BKPM DIY. *Event* yang sering diikuti oleh BKPM DIY merupakan berupa *event* pameran. Selain melalui *event* pembagian brosur dan leaflet juga dilakukan ketika ada pertemuan atau rapat dengan calon investor ataupun dengan pihak-pihak yang mengurus investasi.

b. Media elektronik

Media elektronik merupakan media yang masih sangat sering digunakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen. Adanya keberadaan media elektronik juga sangat dekat dengan masyarakat, oleh sebab itu media elektronik dirasa sangat efektif digunakan sebagai sarana dalam memasarkan produk maupun jasa. BKPM DIY memanfaatkan media elektronik



sebagai media untuk melakukan promosi. Beberapa media elektronik yang digunakan untuk melakukan promosi di BKPM DIY yaitu menggunakan website dan media sosial.

i. Website

Media *Website* selain sebagai sarana promosi namun juga sebagai identitas perusahaan. Dimana di dalam *website* akan terdapat banyak informasi yang diperoleh oleh konsumen untuk bisa mengetahui segala informasi yang dibutuhkan mengenai produk maupun jasa yang dimiliki oleh BKPM DIY.

Penulis melihat bahwa saluran utama melakukan promosi di BKPM DIY adalah menggunakan website dan sosial media. Website dari BKPM DIY ditujukan untuk memberikan layanan informasi peluang investasi bagi calon investor dalam maupun luar negeri. Selain memberikan informasi *website* menyajikan informasi potensi daerah dalam bentuk yang dinamis dan komunikatif bagi para investor dan calon investor yang akan berinvestasi di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Website BKPM DIY selain sebagai media untuk promosi, digunakan juga sebagai pelayanan prima kepada investor dengan optimalisasi fungsi Gerai Pelayanan Perizinan Terpadu (P2T) untuk melayain perizinan dan non-perizinan. Website menyajikan informasi perizinan dan prosedur pengurusan perizinan dan non perizinan dengan sistem online.

ii. Social Media

Media Sosial merupakan salah satu media yang kini sedang banyak digunakan oleh masyarakat luas. Kemajuan teknologi membuat media ini

menjadi salah satu media yang dapat dimanfaatkan untuk kegiatan promosi bagi perusahaan tanpa harus mengeluarkan banyak biaya. Keberadaan media sosial yang sedemikian rupa membuat media sosial kini menjadi media promosi yang sangat efektif untuk digunakan. BKPM DIY menggunakan beberapa media sosial untuk melakukan promosi yaitu facebook, twitter dan instagram.

## 2. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

*Personal selling* merupakan salah satu cara yang digunakan perusahaan untuk dapat menjualkan produk maupun jasa dengan melakukan interaksi langsung dengan target konsumen. Salah satu bentuk kegiatan *personal selling* yang dilakukan BKPM DIY adalah dengan mengikuti kegiatan pameran, kegiatan pameran lebih mendekatkan antara BKPM DIY dengan calon investor secara langsung, hal ini diharapkan mampu menarik minat investasi bagi calon investor baik dalam maupun luar negeri untuk menanamkan modalnya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Selama melaksanakan KKL penulis melihat terdapat dua kegiatan pameran yang diikuti oleh BKPM DIY yaitu Pameran Indonesia International Infrastructure & Exhibition (IIICE) 2016 dan Pameran Pasar Malam Sekaten 2016. Selain kedua kegiatan pameran diatas, masih banyak kegiatan pameran yang ditawarkan kepada BKPM DIY untuk melakukan promosi. Beberapa kegiatan pameran yang selalu ditawarkan ke BKPM DIY adalah JKPI dan Banda Aceh Expo, 4 th Bali TII Expo, Palembang TII Expo, Parekraf TII Expo, Batan TII Expo, Produksi Dalam Negeri / PDN Ezxpo, Jakarta Fair, Jogja tiatif Expo, dan masih banyak lagi kegiatan pameran untuk melakukan promosi.

Menurut wawancara dengan bu Upik selaku subbideng promosi potensi daerah, untuk memetakan *event* pameran yang akan diikuti, BKPM DIY akan mengkategorikan *event* pameran yang berkaitan dengan investasi. Untuk kegiatan pameran setiap tahun BKPM DIY tidak pernah absen untuk mengikuti pameran sekaten, pameran pembangunan, dan Pekan Raya Jakarta. Ketiga pameran ini dianggap *event* pameran yang cukup besar dan dianggap prospektif bila dikaitkan dengan investasi.

### 3. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Promosi penjualan merupakan sebuah dorongan (rangsangan) secara langsung yang menawarkan nilai lebih atau berupa insentif untuk produk pada para tenaga penjual, distributor, konsumen yang membeli produk dalam jumlah banyak dengan tujuan utama yaitu menjual secara cepat (Belch, 2007:495). Dalam pelaksanaan KKL penulis tidak melihat adanya proses *sales promotion*. Hal ini dikarenakan di BKPM DIY hal yang dipromosikan merupakan bentuk investasi potensi daerah, sehingga untuk melakukan promosi dengan menggunakan kupon/voucher, tawaran uang kembali (*cash back*), premi, promosi dagang sulit untuk dilakukan dan penulis tidak menemui hal tersebut di lapangan.

### 4. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Sebuah perusahaan pasti membutuhkan *Public Relations* sebab bertahannya sebuah perusahaan tidak dapat dihindarkan dari hubungannya dengan masyarakat. Dimana *Public Relations* merupakan suatu aktivitas kegiatan yang disusun secara terencana, sehingga menimbulkan dampak jangka panjang yang positif bagi perusahaan. Dalam pelaksanaan KKL penulis tidak melihat adanya

proses *public relation*, dikarenakan BKPM DIY sendiri bukanlah berbentuk perusahaan melainkan instansi, sehingga untuk aktivitas *public relation* tidak dilakukan.

#### 5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pemasaran langsung merupakan kegiatan interaksi secara langsung dengan konsumen. Bentuk interaksi langsung dengan konsumen tak hanya bertatap muka secara langsung, namun juga terdapat beberapa bentuk dari pemasaran langsung. Di BKPM DIY pemasaran langsung dilakukan melalui media sosial seperti *facebook*, *twitter* dan *instagram*. Berbeda dengan pemasaran langsung dengan tatap muka, penggunaan media juga dianggap lebih cepat dan tidak memakan banyak biaya karena calon konsumen tidak perlu untuk datang ke kantor BKPM DIY untuk menggali informasi mengenai investasi.

Berdasarkan berbagai kegiatan dan program kerja yang dilakukan di BKPM DIY, maka target atau perencanaan strategis yang ingin dicapai dari BKPM DIY ditungkan dalam renstra lima tahun sebagai berikut:

Sasaran Strategis	Indikator kinerja		2013	2014	2015	2016	2017
			Tahun 1	Tahun 2	Tahun 3	Tahun 4	Tahun 5
Meningkatkan nilai Penanaman Modal di DIY baik PMA maupun PMDN	Nilai Investasi	Juta Rupiah	7.809.763.000	8.957.874.000	10.467.183.000	12.274.836.000	14.002.796.000
Terciptanya	Jumlah	Izin	341	347	357	362	396

a daya tarik, daya tahan, dan daya saing investasi yang mendukung peningkatan investasi	Surat Persetujuan/ijin Pinsip						
Terwujudnya kesepakatan kerjasama baik kerjasama dalam negeri maupun luar negeri	Persentase (%) kesepakatan yang ditindaklanjuti ke dalam perjanjian kerjasama	%	55	60	65	70	75
Terciptanya hubungan harmonis antara pemerintah daerah dengan pemerintah pusat, masyarakat DIY di Jakarta dan pihak swasta	Jumlah kegiatan yang mendukung kaperda	Kegiatan	3	4	5	5	5

Berdasarkan hasil pengamatan penulis selama mengikuti Kuliah Kerja Lapangan, penulis dapat menyimpulkan bahwa dalam melaksanakan aktivitas komunikasi pemasaran instansi dari BKPM DIY cenderung mengandalkan *website* dan kegiatan pameran dalam kegiatan promosi.

Saat pertama memulai Kuliah Kerja Lapangan penulis belum memiliki gambaran mengenai kegiatan kerja yang dilakukan di BKPM DIY terutama kegiatan kerja yang berhubungan dengan aktivitas komunikasi pemasaran. Namun melalui arahan dari para pegawai BKPM DIY penulis dapat menyesuaikan diri dan dapat ambil bagian dalam aktivitas komunikasi pemasaran di BKPM DIY.

#### **B. Deskripsi Partisipasi Mahasiswa**

Penulis menjalani proses Kuliah Kerja Lapangan di Badan Kerjasama dan Penanaman Modal DIY yang dilaksanakan selama 1 bulan 10 hari atau total 40 hari yang terhitung sejak tanggal 1 November hingga 10 Desember 2016, namun dalam kegiatan kerja di kantor, pelaksanaan kerja hanya dapat direalisasikan selama 29 hari, dikarenakan untuk hari Sabtu dan Minggu tidak ada kegiatan di kantor. Banyak ilmu dan pengalaman yang diperoleh penulis selama melaksanakan kegiatan KKL di BKPM DIY yang belum tentu diperoleh selama melaksanakan kegiatan perkuliahan.

Lokasi BKPM DIY terletak di Jl. Janti No 8, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta. Untuk menuju ke kantor penulis memerlukan waktu kurang lebih 20 menit dari rumah penulis yang berada di Jl. Wijaya kusuma, Kutu dukuh rt 03 rw 28 Sinduadi, Mlati, Sleman, Yogyakarta. Di kantor BKPM Terdapat dua lantai, dimana bagian bawah terdapat 2 buah ruangan untuk melaksanakan rapat dan diatas merupakan ruangan para pegawai melaksanakan kerja. Di lantai atas dibagi menjadi menjadi 5 ruangan, dimana

ruangan tersebut dibagi atas subbidang-subbidang seperti bidang promosi, bidang kerjasama, bidang pengawasan, bidang serkertariat, dan yang terakhir adalah ruang kepala BKPM DIY. Bagian belakang dari kantor BKPM merupakan tempat parkir dan kantin bagi pegawai BKPM untuk beristirahat.

Aktivitas atau operasional dari BKPM DIY, dilaksanakan pada hari Senin sampai dengan hari Jumat dengan jam operasionalnya, pada hari senin hingga hari kamis pukul 07.30 pagi hingga pukul 16.00, untuk hari jumat operasioalnya dimulai pada pukul 07.30 hingga 14.30, dengan jam istirahat pada pukul 12.00 – 12.30. untuk para pegawai sistem presensi sudah menggunakan *fingerprint* sehingga para pegawai diwajibkan tepat waktu. Namun jam operasional ini dapat berubah jika banyak pekerjaan yang harus segera diselesaikan, maka jam pulang pegawai dapat berubah dan dapat dihitung lembur.

Aktivitas kantor BKPM DIY dimulai dengan datangnya para pegawai BKPM ke kantor, hal pertama yang penulis amati selama KKL setelah tiba di kantor para pegawai tidak langsung melaksanakan pekerjaannya, 30 menit sebelum memulai pekerjaan para pegawai mempersiapkan diri dan menunggu para pegawai lainnya dengan *browsing* di internet, ada yang bermain hp, ada yang berdandan dan aktivitas lainnya. Setelah siap para pegawai segera menuju ke tempat masing-masing dan memulai pekerjaan.

Setiap pegawai memiliki peranan masing-masing, pada tempat penulis melaksanakan KKL yaitu pada bagian promosi. Terdapat 6 orang yang ada di ruangan, yang pertama ada Drs, Siang Sukanta, M.Si. menjabat sebagai kepala Bidang Perencanaan, Pengembangan dan Promosi. Kedua Siti Inganati, SS, MM. menjabat subbidang Perencanaan dan Pengembangan Penanaman Modal, ketiga Dra. Sulisastuti Setyo Palupi menjabat Subbidang Promosi Potensial Daerah. Keempat Wiwid Ardianto

S.E.,M.Sc menjabat sebagai Analisis Pengembangan Potensi Daerah, Kelma Budiasih S.AP menjabat sebagai Analisis Penanaman Modal, Keenam Fernandita Fatima MRL S.H. menjabat sebagai Pengelola data dan Informasi Kerja Sama.

Melalui pengamatan yang penulis lihat, kegiatan kerja yang dilakukan para pegawai di bagian promosi meliputi, pertama mengecek surat-surat yang masuk. Setiap hari selama penulis melakukan KKL selalu ada surat yang datang di bagian promosi. Surat yang ada beraneka macam jenisnya, mulai dari undangan rapat, undangan pameran, undangan FGD, kerjasama, permohonan, dll. Surat-surat yang masuk kemudian diproses, beberapa surat yang sangat penting segera ditindaklanjuti dan dijalankan. Untuk surat surat yang telah selesai diproses segera diarsipkan. Penulis selama KKL mendapat tugas pula untuk mengasip surat-surat yang masih belum tertata.

Kedua menyelesaikan administrasi dan laporan-laporan kegiatan yang telah selesai dilaksanakan. Karena pada saat penulis melaksanakan KKL memasuki akhir tahun sehingga para pegawai di BKPM disibukan dengan pembuatan laporan dan rencana kegiatan di tahun selanjutnya.

Ketiga kegiatan kerja yang dilakukan para pegawai adalah melaksanakan rapat dan FGD. Dalam rapat membahas mengenai kegiatan atau program-program yang akan dilaksanakan. Untuk FGD, bidang promosi akan mengirimkan salah satu atau dua orang pegawai untuk mengikuti kegiatan tersebut. hal-hal yang berkaitan dengan FGD adalah membahas mengenai investasi dan potensi-potensi daerah.

Keempat kegiatan kerja yang dilakukan para pegawai di bagian promosi adalah mengelola *website* BKPM DIY. *Website* menjadi salah satu media alternative milik BKPM untuk mengkomunikasikan informasi yang berkaitan dengan investasi di DIY. Alamat



*website* dari BKPM sendiri adalah [www.jogjainvest.jogjaprov.co.id](http://www.jogjainvest.jogjaprov.co.id). Para pegawai selalu meng-*update* informasi-informasi terutama mengenai informasi investasi yang ada di Yogyakarta pada khususnya dan informasi investasi di Indonesia pada umumnya. Selain mengelola *website* media sosial seperti *twitter* dan *facebook* menjadi media online untuk menginformasikan informasi yang berkaitan dengan BKPM DIY. Untuk akun *twitter* dapat dilihat dengan nama akun @jogjainvest, sedangkan *facebook* nama akunnya adalah Jogja Invest.

Kelima kegiatan kerja yang dilakukan oleh pegawai BKPM DIY di bagian promosi selama penulis melaksanakan KKL adalah mengikuti kegiatan pameran *International Infrastructure & Exhibition (IIICE)* tahun 2016 di Jakarta. Selain dari BKPM DIY, Pemda DIY juga mengirimkan beberapa instansi yang mendukung proses investasi di DIY untuk mengikuti pameran. Instansi yang mengikuti pameran yaitu Bagian P3ADK Setda Kota Yogyakarta, BPPMPT Kabupaten Sleman, BPMPT Kabupaten Kulon Progo, dan PT.YIP & SIP selaku pengelola Kawasan Industri Piyungan dan Sentolo. Keikutsertaan BKPM DIY dalam pameran ini memiliki tujuan untuk menarai minat investasi bagi calon investor baik dalam negeri maupun luar negeri untuk menanamkan modalnya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Keenam kegiatan kerja yang dilakukan di bagian promosi yaitu menjadi panitia dalam kegiatan seminar nasional investasi. Kegiatan ini merupakan kerjasama yang dilakukan antara BKPM DIY dan BKPM Sulawesi Selatan. Seminar nasional investasi yang mengambil tema "*Redesign Kebijakan Investasi Untuk Wilayah Indonesia Timur*" menjadi kegiatan yang dikerjakan oleh para pegawai di BKPM DIY.

Ketuju kegiatan kerja yang dilakukan pegawai di bagian promosi yaitu mejadi panitia dalam pameran pasar malam sekaten. BKPM DIY setiap tahunnya menjadi panitia atau dapat disebut dengan *event organizer*-nya pameran pasar malam sekaten. Seluruh kegiatan pameran pasar malam sekaten menjadi tanggung jawab BKPM DIY mulai dari panggung, sarana dan prsarana, konsumsi, keamanan, dll. Selain menjadi panitia BKPM DIY juga menjadi peserta pameran. Salah satu tujuan dalam pameran sekaten adalah memberikan informasi kepada masyarakat dalam bentuk pameran tentang hasil-hasil pembangunan, khususnya untuk promosi potensi daerah dan produk-produk unggulan dari berbagai sektor melalui pelayanan umum langsung kepada masyarakat.

Gambaran kerja di atas merupakan beberapa kegiatan yang dilakukan para pegawai di bagaian promosi BKPM DIY yang penulis amati. Masih banyak kegiatan kerja yang belum penulis amati terutama kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas komunikasi pemasaran karena keterbatasan waktu selama melaksanakan KKL. Namun untuk partisipasi penulis dalam melaksanakan KKL sudah banyak untuk mendapat pelajaran dan pengalaman dalam hal aktivitas komunikasi pemasaran di BKPM DIY. Berikut ini adalah deskripsi kegiatan penulis (lampiran I) selama mengikuti kegiatan di BKPM DIY:

1. Minggu Pertama (1-5 November 2016)

Hari pertama, Penulis didampingi oleh pak Martono selaku kasubbag umum yang biasa mendampingi para tamu atau mahasiswa yang akan melaksanakan PKL (Praktek Kerja Lamapang) di BKPM DIY. Pak Martono memberikan penjelasan singkat mengenai aturan-aturan kerja yang ada di BKPM DIY. Bebrapa aturan yang berlaku untuk mahasiswa PKL yaitu seperti mahasiswa KKL harus berpakaian rapi selama

melaksanakan PKL, untuk jam masuk kerja sesuai dengan para pegawai di BKPM, mengikuti segala proses yang ada di kantor, dll. Setelah penjelasan mengenai aturan yang ada di BKPM DIY, penulis diantar ke bagian promosi untuk melakukan perkenalan dengan para pegawai. Pertama penulis diserahkan kepada kepala bidang promosi yaitu bapak Drs, Siang Sukanta, M.Si, setelah itu penulis diajak berkenalan dengan para pegawai di bagian promosi yaitu Siti Inganati, SS, MM. atau disebut Bu Inga, ketiga Dra. Sulisastuti Setyo Palupi atau disebut Bu Upik, Ketiga Ardhianto S.E.,M.Sc atau disebut Mas Wiwid, Keempat Budiasih S.AP atau disebut Pak Budi, Kelima Fernandita Fatima MRL S.H. atau disebut Bu Dita. Pada kesempatan yang sama terdapat pula seorang mahasiswa PKL yaitu yang berasal dari Universitas Ahmad Dahlan yaitu Rustam. Pada hari pertama belum banyak pekerjaan yang diserahkan kepada penulis untuk dikerjakan, hal-hal kecil seperti bagaimana mengurus surat masuk, kemudian pengenalan media online yang digunakan untuk promosi, penggunaan *twitter*, dll. Hari pertama masih penulis gunakan untuk beradaptasi dengan lingkungan di BKPM DIY.

Hari selanjutnya kegiatan penulis, dibagi atas aktivitas yang penulis lakukan. Berbagai kegiatan kerja sudah penulis terima di minggu pertama. Kegiatan kerja di minggu pertama meliputi:

a. Rapat

Kegiatan rapat pertama yang penulis ikuti adalah kegiatan rapat untuk acara pameran sekaten. Aktivitas yang penulis lakukan adalah mempersiapkan segala kebutuhan rapat seperti daftar peserta sekaten, tempat rapat, serta peralatan yang digunakan. Setelah persiapan rapat terlaksana, tugas yang diberikan kepada penulis yaitu mempresensi para peserta yang hadir dalam rapat. Isi dari rapat yang dilakukan

yaitu membahas mengenai prosedural dan sedikit evaluasi perihal pameran sekaten tahun sebelumnya. Selain mengurus rapat, kegiatan kerja yang dilakukan penulis pada hari kedua yaitu menerima dan merekap surat yang masuk pada bagian promosi.

Rapat yang diadakan di kantor BKPM DIY diikuti oleh beberapa instansi yang ada di Yogyakarta. Instansi pemda DIY yang mengikuti pameran sekaten meliputi:

1. BKPM DIY
2. BPBD DIY
3. BLH DIY
4. BPAD DIY
5. DPPKA DIY
6. Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi DIY
7. Dinas Pariwisata DIY
8. Dinas Perindag DIY
9. Dinas Pendidikan, Pemuda dan Olahraga DIY
10. Dinas Kebudayaan DIY
11. Dinas Pertanian DIY
12. Dinas Kelautan dan Perikanan DIY
13. Dinas Kesehatan DIY
14. Dinas Perhubungan, Komunikasi dan Informatika DIY
15. BPJS Kesehatan DIY
16. Balai Besar Pengawasan Obat dan Makanan DIY
17. BKKBN DIY
18. Badan Narkotika Nasional

19. Perum BULOG DIY

20. PT PLN Persero

21. Balai Jogja Benih

Kegiatan rapat selanjutnya, penulis diberi kesempatan untuk mengikuti pertemuan dengan pemerintah Jawa Timur di gedung pertemuan Kepatihan. Dalam pertemuan tersebut membahas potensi-potensi yang dimiliki provinsi Jawa Timur dan DIY dalam rangka menarik investor. Dalam pertemuan tersebut pihak BKPM DIY membagikan leaflet yang berisi panduan potensi-potensi investasi yang ada di Yogyakarta, untuk memudahkan peserta pertemuan memahami potensi-potensi yang ada di Yogyakarta.

b. Mengelola media sosial

Penulis diberi kepercayaan untuk mengelola akun *twitter* BKPM DIY oleh Ibu Siti Inganati, SS, MM atau sering dipanggil bu Inga. Pengelolaan *twitter* ini diserahkan kepada penulis dikarenakan untuk pengelolaan *twitter*, tidak ada pegawai yang bertanggung jawab terhadap akun-akun media sosial secara penuh, pengelolaan media sosial selalu terpecah-pecah, sehingga media sosial yang ada kurang dimaksimalkan dan kurang aktif untuk meng-*update* kegiatan yang dilakukan di BKPM DIY, baik itu kegiatan kerja di kantor dan kegiatan promosi.

2. Minggu Kedua (7 - 11 November 2016)

1. Mengelola Media Sosial dan website

Di minggu kedua kegiatan yang penulis lakukan di bagian promosi yaitu diawali dengan mengurus akun *twitter* dengan meng-*twit* kata-kata penyemangat pagi dan mengajak *followers* untuk berinvestasi di Yogyakarta. Selain meng-*twit* penulis

juga mencari berita-berita yang berkaitan dengan investasi di Indonesia. penulis akan *me-retwit* berita-berita penting yang berkaitan dengan investasi. Selain mengelola *twitter* penulis diberi tugas untuk mengelola *website* milik BKPM DIY. Pada saat itu penulis disuruh untuk memberi saran tentang tampilan *website* yang dimiliki BKPM DIY. Beberapa saran yang dapat penulis berikan untuk *website* yaitu, pertama *web* mudah untuk dikunjungi dan *tools* yang disediakan mencakup informasi yang ada di BKPM. Kemudian untuk tingkat kesalahan dalam *web* rendah. Kedua, *design* dari *web* BKPM DIY kurang rapi karena adanya gambar-gambar yang mengganggu tampilan *web*. Ketiga, *web* yang dimiliki BKPM DIY kurang interaktif karena media-media yang digunakan kurang aktif. Keempat, berita yang ada di kolom *web* kurang *update*. Tugas yang diberikan untuk penulis selanjutnya yaitu mencari berita yang berkaitan dengan investasi yang ada di Yogyakarta. Salah satu berita yang penulis dapatkan yaitu “Satgas pengurus Wapada Investasi OJK dikukuhkan” kemudian berita yang penulis dapat dimuat dalam *web*.

Penulis mempunyai inisiatif untuk membuat akun *instagram* BKPM DIY, dikarenakan media sosial yang sering digunakan untuk melakukan promosi selain *twitter* yaitu *instagram*. Usulan penulis disambut baik oleh para pegawai di BKPM DIY. Akun *instagram* dari BKPM DIY bernama Jogja Invest, penulis memberi usulan konten yang akan dimuat di akun *instagram* yaitu berupa potensi-potensi investasi yang ada di Yogyakarta. Konten yang dimuat di *instagram* diambil dari *web* BKPM DIY sendiri. Konten pertama yang diupload dalam *instagram* berupa logo dari Jogja Invest. Untuk minggu kedua konten *instagram* yang penulis upload yaitu:

1. Bandara Internasional (sektor infrastruktur) yang berlokasi di Kabupaten Kulon Progo
  2. Daerah Sentra Industri Kerajinan Bantul (sektor ekonomi kreatif) yang berlokasi di Bantul
  3. Industri Pengolahan Kakao ( sektor pangan dan Hasil Bumi) yang berlokasi di Kulon Progo
  4. Industri pengolahan salak pondoh pondoh (sektor pangan dan hasil bumi) yang berlokasi di kabupaten Sleman
  5. Industri Tepung Ikan (Sektor pangan dan Hasil Bumi) yang berlokasi di Kabupaten kulon progo
  6. Kawasan Industri Piyungan Bantul (sektor infrastruktur) yang berlokasi Kabupaten Bantul
  7. Kawasan Industri Sentolo (sektor Infrastruktur) yang berlokasi di Desa Tuksono Kecamatan Sentolo
  8. Kawasan Pembangunan Edu-Tourism Moseum Gunung Merapi (MGM) (Sektor Pendidikan) yang berlokasi di Kabupaten Sleman
  9. Kawasan Peruntukan Industri Sedayu Bantul (Sektor Infrastuktur) yang berlokasi di Desa Argodadi Bantul
2. Menginput data peserta pameran sekaten

Data yang di *input* berupa Nama instansi, Alamat, No.Tlep/Fax, E-mail/*website*, Penanggungjawab, Jumlah Keperluan, dan Materi pameran. Data ini digunakan untuk memastikan instasni mana saja yang pasti mengikuti dalam keikutsertaan pameran sekaten tahun 2016.

### 3. Minggu Ketiga (14 – 18 November 2016)

#### a. Menelola media sosial dan website

Konten instagram yang penulis upload di minggu ketiga untuk kegiatan promosi meliputi:

1. Kawasan Wisata Nglanggeran (Sektor Budaya dan Pariwisata) yang berlokasi di Kabupaten Gunungkidul
2. Mineral Andesit (Sektor Energi) yang berlokasi di Kabupaten Kulon Progo
3. Mineral Batu Gamping (Sektor Energi) yang berlokasi di Kulon Progo
4. Mineral Batu gamping (Sektor Energi) yang berlokasi di Kabupaten Kulon Progo
5. Mineral Marmer (Sektor Energi) yang berlokasi di Kabupaten Kulon Progo
6. Obyek Wisata Tematik Desa Sumberarum Moyudan (Sektor Budaya dan Pariwisata) yang berlokasi di Kabupaten Sleman
7. Pariwisata Geopark / Karst Gunung Sewu (Sektor Budaya dan Pariwisata) yang berlokasi di Gunung Kidul
8. Pariwisata Pantai Di Kabupaten Bantul (Sektor Budaya dan Pariwisata) yang berlokasi di Kabupaten Kabupaten Bantul
9. Pariwisata Pantai di Kabupaten Gunung Kidul (Sektor Budaya dan Pariwisata) yang berlokasi di Kabupaten Gunung Kidul
10. Pelabuhan Tanjung Adikarto (Sektor Infrastruktur) yang berlokasi di Kabupaten Kulon Progo
11. Pembangkit Listrik Tenaga Bayu (PLTB) (Sektor Energi) yang berlokasi di Kabupaten Bantul



## b. Rapat

Aktivitas rapat yang penulis lakukan di minggu ketiga terbilang cukup banyak. Berbagai kegiatan rapat diselenggarakan untuk mendukung program kerja yang akan diselesaikan. Kegiatan rapat yang penulis ikuti di minggu ketiga meliputi:

### 1. Rapat pengembangan website

Evaluasi diberikan oleh pimpinan BKPM DIY terkait dengan keadaan *web*. Menurut pimpinan BKPM Drs. Totok Prianamto, *web* yang dimiliki kurang *update* mengenai informasi dan kegiatan yang dimiliki BKPM, pimpinan BKPM DIY mendorong para pegawai untuk lebih aktif lagi untuk mengisi konten-konten yang dapat dijadikan gambaran ke masyarakat mengenai investasi di Yogyakarta. Dalam evaluasi penulis memberikan saran untuk *web*, saran yang penulis berikan yaitu kurang tertatanya konten yang ada dalam *web* sehingga untuk pencarian informasi kurang praktis. Kegiatan rapat dilanjutkan dengan pelatihan pengembangan *web*.

### 2. Rapat persiapan pameran sekaten

Dalam rapat ini membahas mengenai penempatan atau *layout* para peserta sekaten di tempatkan. Dalam kesempatan rapat tersebut penulis mendapat tugas sebagai operator yang menayangkan materi rapat. Dalam kegiatan rapat tersebut juga membahas mengenai kendala-kendala yang dihadapi selama pameran sekaten sebelumnya.

### 3. Rapat infrastruktur

Rapat bersama CV.SAKALEKE, membahas mengenai infrastruktur yang ada di Yogyakarta serta melaksanakan evaluasi mengenai hasil kerja sama yang telah dilakukan BKPM DIY dengan CV.SAKALEKE.

#### c. Membuat Surat dan *Design* poster pameran sekaten

Untuk mendukung kelancaran pameran sekaten penulis diberi kesempatan untuk mengurus berbagai akomodasi pendukung dalam sekaten yang meliputi listrik, dekorasi, air, internet, dll. Penulis bertugas membuat surat untuk keperluan kegiatan sekaten. Untuk mendukung pameran sekaten penulis berinisiatif untuk membuat *design* (Lampiran) untuk keperluan sekaten. Inisiatif penulis disetujui oleh kepala bagian promosi. *Design* yang penulis buat disebar melalui akun instagram, untuk membantu penyebaran informasi mengenai pameran sekaten 2016.

#### d. Persiapan Pembukaan Sekaten

Hal-hal yang dilakukan sebelum pembukaan penulis bersama para pegawai dibagikan promosi mendekor stand pameran. Untuk materi pameran yang disediakan BKPM DIY yaitu Informasi program kegiatan BKPM DIY, Alur Perijinan Investasi, Brosur, Leaflet Potensi Investasi, Banner, Buku panduan pameran Sekaten 2016. Sore harinya pameran dibuka oleh wakil Gubernur DIY KGPAA Paku Alam X dengan *ceremonial* potong pita. Kegiatan sekaten dilaksanakan dari tanggal 18 November hingga 11 Desember 2016. Dibuka dari pukul 17.00 hingga pukul 22.00.

### 4. Minggu keempat (21-25 November 2016)

#### a. Mengelola media sosial dan website

Konten yang penulis *upload* di minggu keempat meliputi:

1. Pengembangan Fasilitas Pendukung Pendidikan (Sektor Pendidikan) yang berlokasi di Kabupaten Sleman
  2. Pengembangan Lahan Wedi Kengser (Sektor Pangan dan Hasil Bumi) yang berlokasi di Kabupaten Kulon Progo
  3. Pengembangan Pariwisata Puncak Suroloyo ( Sektor Budaya dan Pariwisata) yang berlokasi di Kabupaten Kulon Progo
  4. Pengembangan Pariwisata Waduk Sermo (Sektor Budaya dan Pariwisata) yang berlokasi di Kabupaten Kulon Progo
  5. Pengembangan Seed Center Karisan ( Sektor Pangan dan Hasil Bumi) yang berlokasi di Kabupaten Sleman
  6. Pengolahan Kayu Jati (Sektor Pangan dan Hasil Bumi) yang berlokasi di Kabupaten Gunung Kidul
  7. yaitu Pengolahan Kelapa Terpadu (Sektor Pangan dan Hasil Bumi) yang berlokasi di Kabupaten Kulon Progo
  8. Pengolahan Padi, Cabai, & Bawang merah (Sektor Pangan dan Hasil Bumi) yang berlokasi di Kabupaten Bantul
- b. Pertemuan dengan BKPM Sulawesi Selatan

Kegiatan pertemuan antara BKPM DIY Dengan BKPM Sulawesi Selatan dalam rangka persiapan Seminar Nasional yang bertema “*Redesign* Kebijakan Investasi Untuk Wilayah Timur Indonesia”. Pertemuan dilakukan dengan maksud untuk mengkoordinasi kegiatan seminar nasional yang akan dilakukan esok harinya. Seluruh pegawai dibagikan promosi ditunjukkan untuk menjadi panitia dalam seminar.

c. Seminar Nasional Investasi

Kegiatan yang penulis lakukan adalah mengikuti seminar nasional investasi yang berlokasi di Jogjakarta Plaza Hotel. Dalam seminar ini penulis mengambil bagian menjadi juru operator. Terdapat 4 narasumber yang menjadi pembicara dalam acara tersebut. pertama ada dari Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Sulawesi Selatan, kedua dari BKPM Sulawesi Selatan, ketiga kementerian Perindustrian Republik Indonesia, keempat dari dinas Pariwisata DIY.

d. Pengarsipan surat dan berkas

Kegiatan yang penulis lakukan adalah mengurus arsip surat dan undangan yang ada di BKPM. Surat dan undangan yang perlu diarsipkan dimulai dari tahun 2014 sehingga membutuhkan waktu yang cukup banyak. Pengurusan arsip ini dimaksudkan untuk memudahkan dalam mendata berbagai surat yang masuk ke BKPM DIY.

5. Minggu Kelima ( 28 November – 2 Desember 2016)

a. Pertemuan dengan calon investor

Penulis mendapat kesempatan untuk bertemu dengan calon investor yang akan menginvestasikan dananya di Yogyakarta. Tamu yang berasal dari perusahaan Malaysia tersebut tertarik dengan kondisi di Yogyakarta. Dalam pertemuan tersebut masih membicarakan mengenai potensi-potensi apa saja yang dimiliki di Yogyakarta, belum sampai pada kesepakatan untuk melakukan investasi.

b. Mengurusi pengarsipan surat

Di minggu kelima tidak banyak kegiatan yang penulis lakukan di luar kantor. Penulis fokus untuk penyelesaian pengarsipan surat.

## 6. Minggu Keenam (5 – 9 Desember 2016)

### a. Mengikuti kegiatan rapat

#### 1, Rapat pengembangan *website*

Dalam rapat ini melihat kemajuan dari kinerja para pegawai yang mengelola *web*, Selain melihat kemajuan terjadi pergantian kepengurusan *web*. Dalam perkembangan *web* penulis memberikan sedikit distribusi untuk *update* berita dan sosial media serta *medesign* struktur organisasi.

#### 2. Rapat dengan tamu dari pemerintah Tiongkok

Rapat dengan tamu Tiongkok membahas mengenai kerjasama antara Yogyakarta dengan Tiongkok. Pihak Tiongkok menawarkan berbagai kemajuan teknologi untuk memulai investasi dengan Indonesia. Pertemuan dalam rapat tersebut masih membahas potensi yang dimiliki dari pihak Yogyakarta dan potensi dari pihak Tiongkok. Dalam rapat tersebut berlangsung cukup lama dan diakhiri pada pukul 17.00.

### b. Pembuatan surat

Penulis disini memiliki tugas untuk membuat surat penutupan sekaten. Penutupan pameran sekaten akan diadakan pada tanggal 11 Desember 2016. Untuk penutupan tidak acara khusus, namun diharapkan para undangan untuk hadir dalam pembongkaran *stand* pameran.

### c. Penyelesaian Anggaran Khas Belanja Langsung Tahun Anggaran 2016

Penulis disini diberi tugas untuk menyelesaikan laporan anggaran khas belanja langsung tahun anggaran 2016.

Pada hari Selasa 13 Desember 2016 penulis menyelesaikan KKL di BKPM DIY, di hari Selasa penulis menyelesaikan segala administrasi dan berpamitan ke seluruh pegawai, Penulis meminta maaf dan berterimakasih atas dukungannya kepada semua pihak di Instansi tersebut. Banyak pelajaran dan pengalaman yang penulis terima selama penulis melaksanakan KKL yang tentu saja tidak mungkin didapatkan di bangku perkuliahan.

### **C. Analisis Hasil Pelaksanaan Kuliah Kerja Lapangan**

Promosi merupakan usaha yang dilakukan usaha untuk menjual dan memperkenalkan produk maupun jasa kepada konsumen melalui media-media informasi yang berada di sekitar masyarakat. Promosi merupakan bagian dari *marketing mix* yang meliputi sebuah aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan serta membujuk calon konsumen agar berkeinginan untuk mengetahui produk baik berupa barang maupun jasa. (Tjiptono, 1999).

Berdasarkan hasil pengamatan sekaligus keterlibatan penulis secara langsung di BKPM DIY selama melaksanakan kegiatan KKL yang berlangsung 29 hari. Penulis melihat bahwa BKPM DIY sebagai salah satu instansi pemerintah yang melakukan kegiatan pemasaran berusaha untuk memperkenalkan kepada masyarakat mengenai potensi-potensi yang dimiliki Daerah Istimewa Yogyakarta. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan kurang lebih berkaitan dengan beberapa teori yang diangkat oleh penulis, perbedaan kegiatan yang dilakukan di BKPM DIY dengan teori yang penulis gunakan terletak pada penerapannya di lapangan saja.

Terkait dengan *promotion mix* yang terdapat pada teori yang penulis tulis, penulis mencoba mendeskripsikan berdasarkan apa yang penulis temukan di lapangan.

## *1. Product*

BKPM DIY sebagai penghubung antara pemerintah dan dunia usaha, produk / jasa yang disajikan berupa potensi-potensi berinvestasi di Yogyakarta. Adapun potensi investasi yang ditawarkan oleh BKPM DIY yaitu

- a) *Bandara Internasional (Sektor Infrastruktur)*
- b) *Daerah Sentra Industri Kerajinan Bantul (Sektor Ekonomi Kreatif)*
- c) *Industri Pengolahan Kakao (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)*
- d) *Industri Pengolahan Salak Pondoh (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)*
- e) *Industri Tepung Ikan (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)*
- f) *Kawasan Industri Piyungan Bantul (Sektor Infrastruktur)*
- g) *Kawasan Industri Sentolo (Sektor Infrastruktur)*
- h) *Kawasan Pengembangan Edu-Tourism Museum Gunung Merapi (MGM)  
(Sektor Pendidikan)*
- i) *Kawasan Peruntukan Industri Kulon Progo (Sektor Infrastruktur)*
- j) *Kawasan Peruntukan Industri Pertanian (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)*
- k) *Kawasan Peruntukan Industri Sedayu Bantul (Sektor Infrastruktur)*
- l) *Kawasan Wisata Nglanggeran (Sektor Budaya Dan Pariwisata)*
- m) *Mineral Andesit (Sektor Energi)*
- n) *Mineral Batu Gamping (Sektor Energi)*
- o) *Mineral Marmer (Sektor Energi)*
- p) *Obyek Wisata Tematik Desa Sumberarum Moyudan (Sektor Budaya Dan  
Pariwisata)*
- q) *Pariwisata Geopark / Karst Gunungsewu (Sektor Budaya Dan Pariwisata)*

- r) *Pariwisata Pantai Di Kabupaten Bantul (Sektor Budaya Dan Pariwisata)*
- s) *Pariwisata Pantai Di Kabupaten Gunung Kidul (Sektor Budaya Dan Pariwisata)*
- t) *Pelabuhan Tanjung Adikarto (Sektor Infrastruktur)*
- u) *Pembangkit Listrik Tenaga Bayu (PLTB) (Sektor Energi)*
- v) *Pengembangan Fasilitas Pendukung Pendidikan (Sektor Pendidikan)*
- w) *Pengembangan Lahan Wedi Kengser (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)*
- x) *Pengembangan Pariwisata Puncak Suroloyo (Sektor Budaya Dan Pariwisata)*
- y) *Pengembangan Pariwisata Waduk Sermo (Sektor Budaya Dan Pariwisata)*
- z) *Pengembangan Seed Center Karisan (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)*
- aa) *Pengolahan Kayu Jati (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)*
- bb) *Pengolahan Kelapa Terpadu (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)*
- cc) *Pengolahan Padi, Cabai & Bawang Merah (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)*
- dd) *Pengolahan Ubi Kayu (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)*
- ee) *Perikanan Tangkap (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)*
- ff) *Peternakan Dan Penggemukan Sapi (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)*
- gg) *Peternakan Kambing Peranakan Etawa (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)*
- hh) *Power Plant (Sektor Energi)*
- ii) *Sentra Kerajinan Sleman (Sektor Ekonomi Kreatif)*
- jj) *Taman Hutan Raya Bunder (Sektor Pendidikan)*
- kk) *Water Palant (Sektor Energi)*
- ll) *Wediombo Resort (Sektor Budaya Dan Pariwisata)*
- mm) *Wisata Dirgantara Pantai Depok (Sektor Budaya Dan Pariwisata)*



nn) *XT – Square (Sektor Budaya Dan Pariwisata)*

## 2. *Place*

Lokasi dari BKPM DIY beralamat di Komplek JEC, Jalan Janti No 8, Banguntapan, Bantul Yogyakarta. Namun untuk produk atau potensi investai yang ditawarkan berada di selutuh kabupaten yang ada di Derah Istimewa Yogyakarta. Untuk pengurusan dan perizinan investasi yang dilakukan dapat berlangsung di kantor BKPM DIY. Selain itu BKPM DIY juga menjadi pengawas untuk setiap investasi yang dilakukan di area Yogyakarta.

## 3. *Price*

Harga yang ditawarkan oleh BKPM DIY bukanlah harga untuk jual beli, namun harga di sini merupakan bentuk investasi yang diinvestasikan dari calon investor ke salah satu potensi investasi yang ada di Yogyakarta.

## 4. *Promotion*

Promosi yang dilakukan oleh BKPM DIY dalam mengkomunikasikan layanannya kepada calon konsumen, menggunakan beberapa unsur yang digunakan dalam baruan promosi atau promotion mix yaitu

### a. *Periklanan (Advertising)*

Aktivitas periklanan yang dilakukan oleh BKPM DIY menurut pengamatan penulis selama kurang lebih 1 bulan terbilang sedikt. Selama berkegiatan penulis melihat sangat kurang melakukan iklan, baik itu di media masa ataupun media luar ruang seperti *billboard*, sepanduk atau lainnya. Kegiatan yang dilakukan untuk iklan keseluruhan menggunakan media online baik itu

website, twitter dan instagram. Namun menurut wawancara dengan bu Inga BKPM DIY setiap tahun melakukan kegiatan iklan di media cetak yaitu iklan pameran pembangunan di Koran Kedaulatan Rakyat dan Radar Jogja.

b. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Pada aktivitas personal selling penulis melihat bahwa kegiatan yang dilakukan mengandalkan para pegawai dari BKPM sendiri untuk memasarkan produk/jasa kepada calon konsumen. Kegiatan personal selling yang dilakukan di BKPM DIY dilaksanakan bersamaan dengan kegiatan pameran. Selama penulis melaksanakan KKL penulis melihat bahwa para pegawai yang menjaga stand untuk pameran, sebelumnya telah dibrefing dalam menjaga stand dan diberikan pelatihan melakukan personal selling bagi calon investor sehingga tertarik dengan potensi-potensi yang ada di Yogyakarta.

c. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*)

Dalam kegiatan promosi yang dilakukan di BKPM penulis tidak menemui adanya Sales promotion. Selama melaksanakan KKL penulis tidak mendapati adanya paket promo, permi, promosi dagang dan lainnya untuk mendukung proses investasi di BKPM DIY.

d. Hubungan Masyarakat (*Public Relation*)

Pada aktivitas *public relation*, penulis selama melaksanakan KKL tidak melihat adanya proses evaluasi, identifikasi berbagai kebijakan dan prosedur yang memiliki kepentingan pada masyarakat serta sebuah kegiatan untuk memperoleh pemahaman dan penerimaan di masyarakat.

e. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*)

Pada aktivitas direct marketing yang dilakukan di BKPM DIY, penulis menilai bahwa kurang *update* informasi pada media sosial dan *website* yang dimiliki BKPM DIY. Melalui pengamatan penulis, hal ini dikarenakan keterbatasan sumber daya manusia untuk aktivitas *direct marketing*, sehingga sering kali jarang meng-*update* informasi setiap harinya.

Berdasarkan pengalaman dan pengamatan penulis dilapangan, penerapan komunikasi pemasaran di BKPM DIY masih kurang aktif, dan belum terintegrasi dengan baik.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Selama kurang lebih satu bulan penulis melakukan kegiatan Kuliah Kerja Lapangan di BKPM DIY. Pada kesempatan tersebut penulis telah mempelajari dan membantu dalam proses aktivitas komunikasi pemasaran. Berdasarkan pengalaman tersebut penulis mendapatkan kesimpulan atas serangkaian kegiatan komunikasi pemasaran di BKPM DIY antara lain.

Secara garis besar berdasarkan uraian yang telah penulis sampaikan di bab sebelumnya tentang bagaimana BKPM DIY menerapkan komunikasi pemasaran kepada audiens, bahwa BKPM DIY belum memaksimalkan *marketing tools* yang ada. fokus dari BKPM untuk melakukan *promotion* cenderung menggunakan *personal selling* dengan kegiatan pameran. Hal ini menandakan, bahwa instansi ini cenderung masih belum menerapkan komunikasi pemasaran yang direncanakan dengan baik dan matang.

#### B. Kritik dan Saran

##### a. Kritik

Pada dasarnya segala bentuk pengalaman dan aktivitas yang penulis alami selama melakukan Kuliah Kerja Lapangan sudah sangat baik. Mulai dari awal penulis memulai kegiatan di BKPM DIY sudah diterima dengan baik dan diberi kepercayaan untuk melakukan tugas pekerjaan untuk menguji kompetensi dari penulis. Namun penulis memang kurang mendapatkan kesempatan untuk menggali lebih dalam aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan di BKPM DIY. Selain itu kurangnya

melakukan aktivitas promosi membuat masyarakat atau calon investor kurang mengetahui potensi-potensi investasi yang ada di Yogyakarta.

b. Saran

Selama penulis melaksanakan KKL penulis melihat bahwa penerapan komunikasi pemasaran yang dilakukan di BKPM DIY masih belum maksimal. Diharapkan instansi ini dapat menerapkan komunikasi pemasaran yang lebih terencana, fokus, dan lebih digiatkan lagi sehingga aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan di BKPM DIY dapat berjalan dengan baik dan menghasilkan pesan yang dapat diterima oleh target audience.

## Daftar Pustaka

### Buku

- Belch, G. & Belch, M. (2007). *Advertising and Promotion*. New York: McGraw-Hill.
- Farid Harianto dan Siswanto Sudono, 1998, *Perangkat dan Teknik Analisis Investasi di Pasar Modal Indonesia*, Edisi Pertama, Penerbit PT Bursa Efek Jakarta.
- Jogiyanto, 2010. *Analisis dan Desain Sistem Informasi*, Edisi IV, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, (1999). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, (2000) *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi III. Yogyakarta: CV.Andi Offset.
- Kotler, Philip., Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Ke 12 Jilid 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip., Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran: Edisi Ke 13 Jilid 1 & 2*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lumbantoruan, Sophar. 1996. *Akuntansi Pajak*. Jakarta : Rasindo
- Sulaksana, Uyung. 2003. *Integrated Marketing Communication*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar
- Stanton, William, J. (2000) *Prinsip Pemasaran*. Edisi Revisi. Jakarta: Erlangga.

Sukirno, dalam sinardhin thahir, 2002. *Pertambahan jumlah barang dan modal.* ekonomi perencanaan dan pembangunan PT. raja grafindo pustaka. Jakarta.

#### **Internet**

[http://www.pendidikan-diy.go.id/dinas\\_v4/](http://www.pendidikan-diy.go.id/dinas_v4/) (diakses tanggal 16 oktober 2016)

<http://jogja.tribunnews.com/2015/01/26/tahun-ini-jumlah-wisatawan-ke-diy-ditarget-naik-15-persen> (diakses tanggal 16 oktober 2016)

<http://jogjainvest.jogjaprov.go.id/id/tentang-bkpm> (diakses tanggal 14 oktober 2016)





PEMERINTAH DAERAH DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA  
**BADAN KERJASAMA DAN PENANAMAN MODAL**

Komplek JEC, Jl. Janti, Banguntapan, Bantul, Yogyakarta

Telepon (0274) 4538737 Facsimile (0274) 552521

Website : <http://jogjaprovo.go.id> Email : [bkpm@jogjaprovo.go.id](mailto:bkpm@jogjaprovo.go.id) Kode Pos 55198

**SURAT KETERANGAN MAGANG**  
**NOMOR : 423 / 02685 / S**

Yang bertandatangan dibawah ini :

- a. Nama : Drs. MARTONO HERI PRASETYO, M.Si  
b. Jabatan : Kasubbag Umum

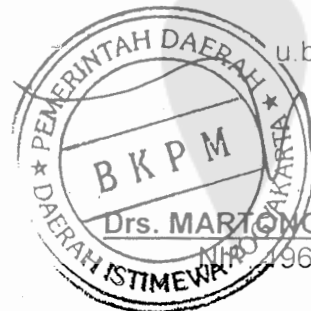
dengan ini menerangkan bahwa :

- a. Nama : ERWIN PRASETYO  
b. Nomor Mahasiswa : 20090510120  
c. Maksud : Telah melaksanakan dan menyelesaikan kegiatan magang di Badan Kerjasama dan Penanaman Modal Daerah Istimewa Yogyakarta, terhitung sejak 1 Nopember 2016 sampai dengan 10 Desember 2016

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan seperlunya.

Yogyakarta, 13 Desember 2016

a.n. Kepala  
Sekretaris  
u.b. Kasubbag Umum



Drs. MARTONO HERI PRASETYO, M.Si

NHS 19691215 199403 1006



# PRESENSI KEGIATAN LULIAH KERJA LAPANGAN

Nama : Erwin Prasetyo

NPM : 120904659

Prodi/ Konsentrasi Studi : Komunikasi/ Advertising

Lokasi : Badan Kerjasama dan Penanaman Modal (BKPM)

Waktu Pelaksanaan : 1 November 2016 - 10 Desember 2016



No	Hari, Tanggal	Kegiatan	Tanda Tangan
1	Selasa 1-11-2016	Pengenalاندengan BKPM DIY	
2	Rabu 2-11-2016	Mengikutirapat untuk kegiatan Pameran Sekatan 2016	
3	Kamis 3-11-2016	Mengelola twitter jogjainvest	
4	Jumat 4-11-2016	Mengikutirapat di kepatihan dan mengelola twitter Jogjainvest	
5	Sabtu 5-11-2016	Libur	
6	Minggu 6-11-2016	Libur	
7	Senin 7-11-2016	Mengelola website dan twitter	
8	Selasa 8-11-2016	Menginput data pameran dan pengaktifan media sosial terutama Instagram	
9	Rabu 9-11-2016	Mengelola website dan Instagram/twitter serta recall pameran sekatan 2016	
10	Kamis 10-11-2016	Mengurus peserta pameran sekatan 2016 dan mengelola media sosial Jogjainvest	
11	Jumat 11-11-2016	Mengelola media sosial dan mengurus peserta pameran sekatan 2016	
12	Sabtu 12-11-2016	Libur	
13	Minggu 13-11-2016	Libur	
14	Senin 14-11-2016	Rapat jogjainvest dan pelatihan pengembangan website dilanjutkan rapat pameran sekatan serta mengelola media sosial	
15	Selasa 15-11-2016	Rapat infrastruktur dan mengunjung stand pameran sekatan 2016	
16	Rabu 16-11-2016	Mengelola media sosial dan membuat surat untuk keperluan sekatan	



17	Kamis 17-11-2016	Membuat design promosidanmengechekpameransekaten 2016	
18	Jumat 18-11-2016	Melaksanakanpembukaansekaten 2016 danmelaksanakanpromosi BKPM	
19	Sabtu 19-11-2016	Libur	
20	Minggu 20-11-2016	Libur	
21	Senin 21-11-2016	Mengelolasosial media	
22	Selasa 22-11-2016	Mengurusisurat yang masukkebagianpromosidanmengelola website/ media sosial	
23	Rabu 23-11-2016	Mengurusi media sodialdanpersiapan seminar investasi yang dilaksanakan BKPM Sulawesi Selatan	
24	Kamis 24-11-2016	Mengikutidanmenjadipaniadi dalam seminar investasi di hotel yang diadakanoleh BKPM Sulawesi Selatan	
25	Jumat 25-11-2016	MengurusiberkasdanArsip BKPM. Akun Instagram hilang	
26	Sabtu 26-11-2016	Libur	
27	Minggu 27-11-2016	Libur	
28	Senin 28-11-2016	Membuatakun Instagram barusertamerekapberkasdanarsip BKPM	
29	Selasa 29-11-2016	Merekaparsipdanbertemudengancalon investor di BKPM	
30	Rabu 30-11-2016	Mengurusi media sosialdanmasihmerekaparsip BKPM	
31	Kamis 1-12-2016	Merekapasripdanmengelolasosial media	
32	Jumat 2-12-2016	Merekaparsipdanmengelola media sosial	
33	Sabtu 3-12-2016	Libur	
34	Minggu 4-12-2016	Libur	
35	Senin 5-12-2016	Rapatpengembangan website danmengelolasosial media	
36	Selasa 6-12-2016	Mengelolasuratpenutupansekatanmengelolasosial media	
37	Rabu 7-12-2016	Mengelolasosial media	
38	Kamis 8-12-2016	Mengelolasosial media	
39	Jumat	Mengurusi media sosial dan mengikuti rapat dengan	

	9-12-2016	<b>tamu China</b>
40	Sabtu 10-12-2016	



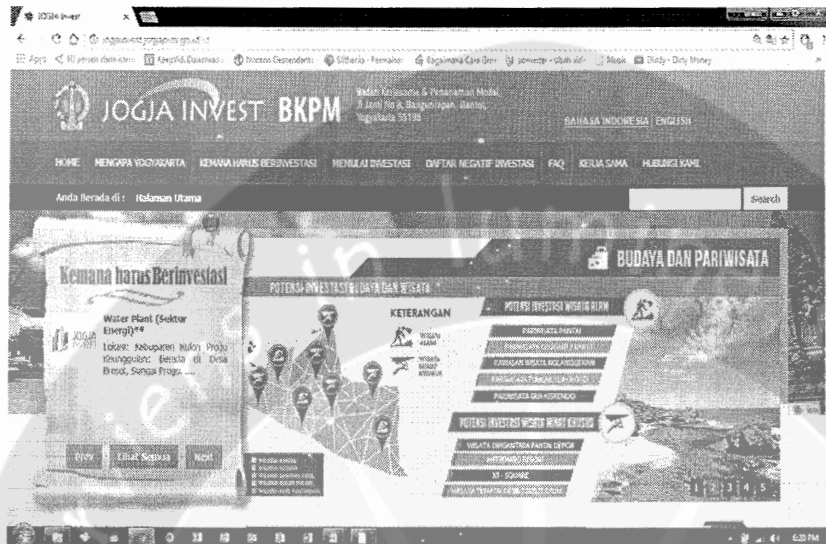
## Lampiran 2

### Pameran Sekaten



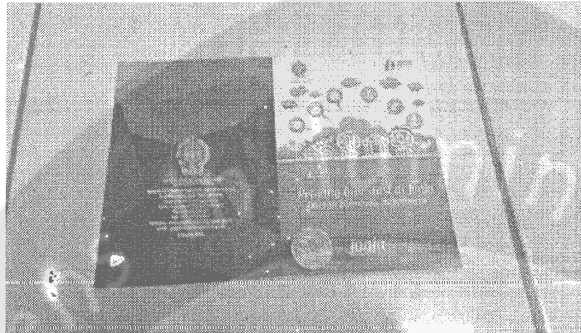
### Lampiran 3

#### website BKPM DIY



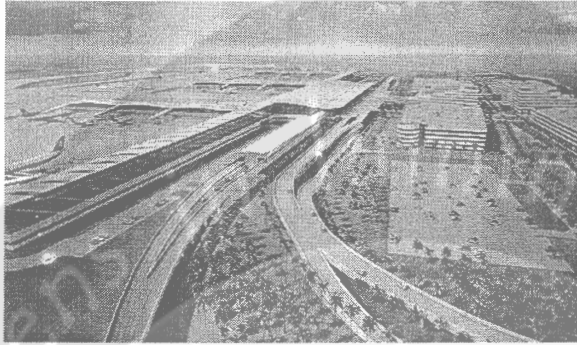
#### Lampiran 4

#### Bentuk leaflet dan Brosur

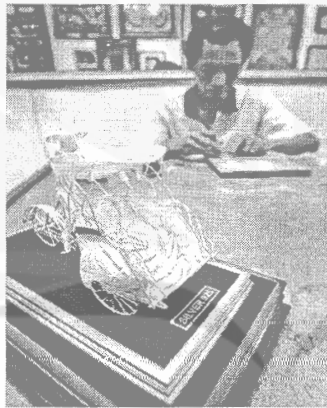


## Lampiran 5

### Potensi investasi di Yogyakarta



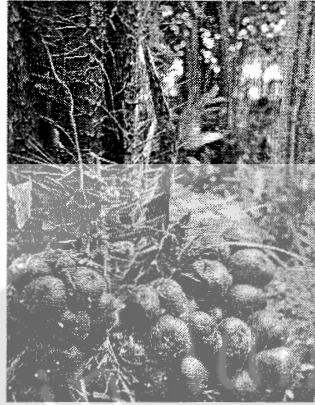
Bandara Internasional (Sektor Infrastruktur)



Daerah Sentra Industri Kerajinan Bantul (Sektor Ekonomi Kreatif)



Industri Pengolahan Kakao (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)

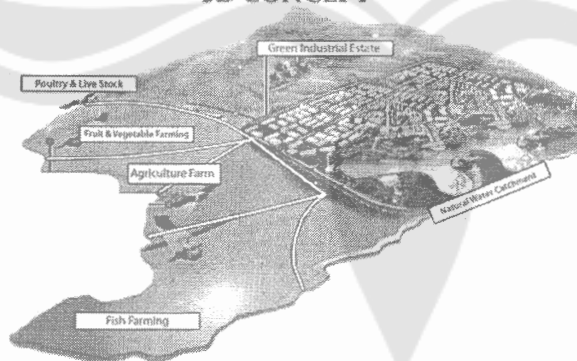


Industri Pengolahan Salak Pondoh (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)



Industri Tepung Ikan (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)

### ECO MANUFACTURING COMPLEX 3D CONCEPT

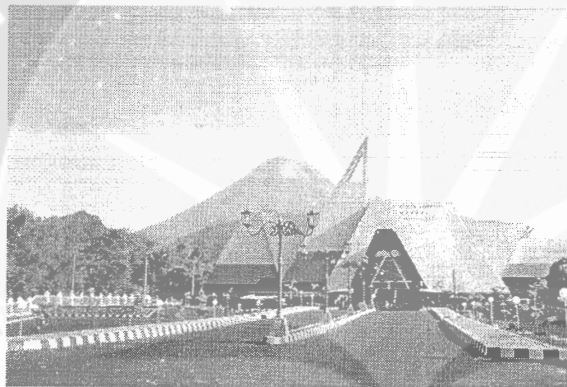


Kawasan Industri Piyungan Bantul (Sektor Infrastruktur)

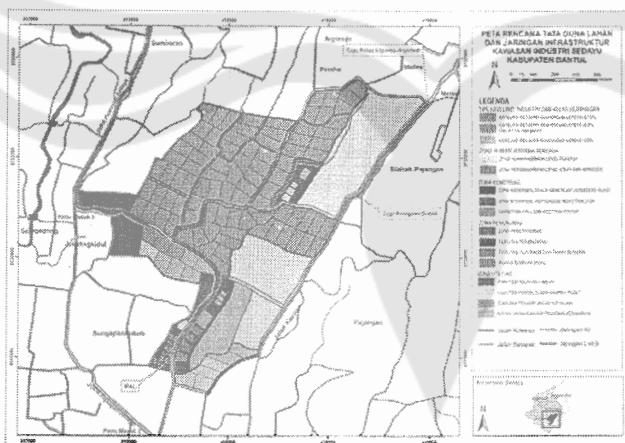




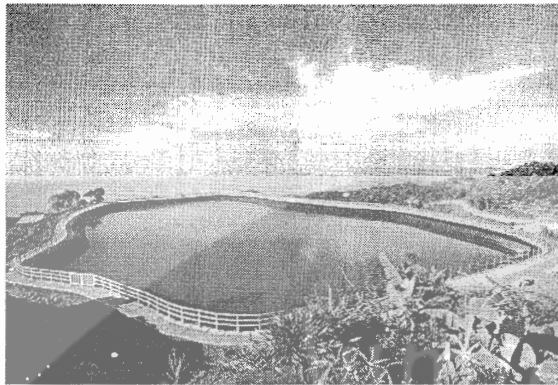
Kawasan Industri Sentolo (Sektor Infrastruktur)



Kawasan Pengembangan Edu-Tourism Museum Gunung Merapi (MGM) (Sektor Pendidikan)



Kawasan Peruntukan Industri Sedayu Bantul (Sektor Infrastruktur)



Kawasan Wisata Nglanggeran (Sektor Budaya Dan Pariwisata)



Mineral Andesit (Sektor Energi)



Mineral Batu Gamping (Sektor Energi)



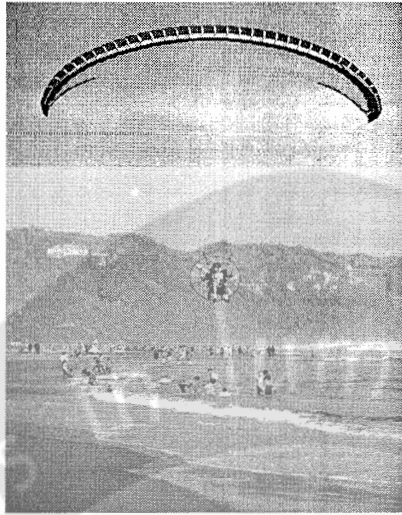
Mineral Marmer (Sektor Energi)



Obyek Wisata Tematik Desa Sumberarum Moyudan (Sektor Budaya Dan Pariwisata)



Pariwisata Geopark / Karst Gunungsewu (Sektor Budaya Dan Pariwisata)



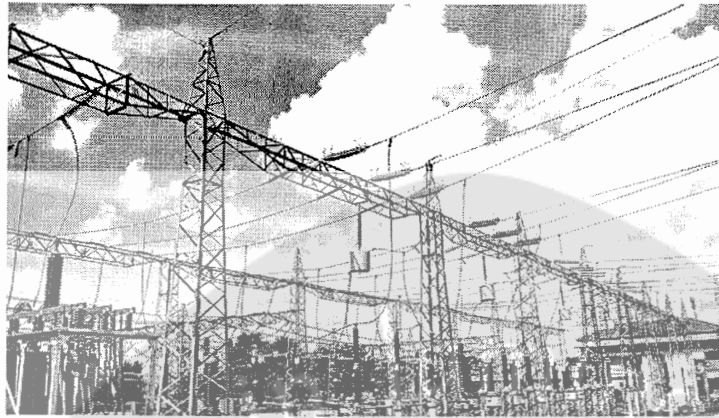
Pariwisata Pantai Di Kabupaten Bantul (Sektor Budaya Dan Pariwisata)



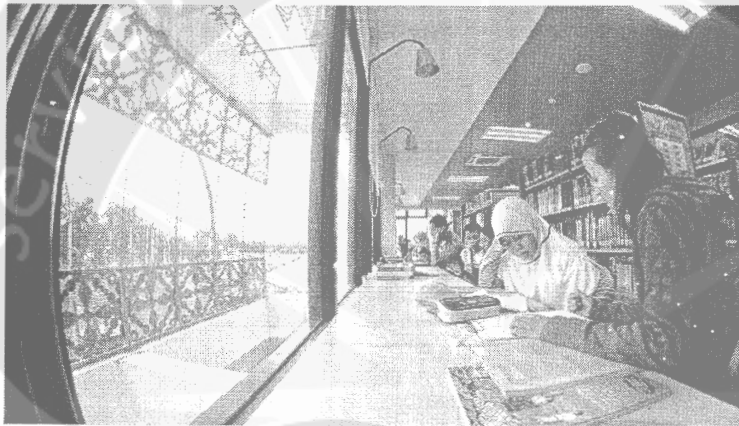
Pariwisata Pantai Di Kabupaten Gunung Kidul (Sektor Budaya Dan Pariwisata)



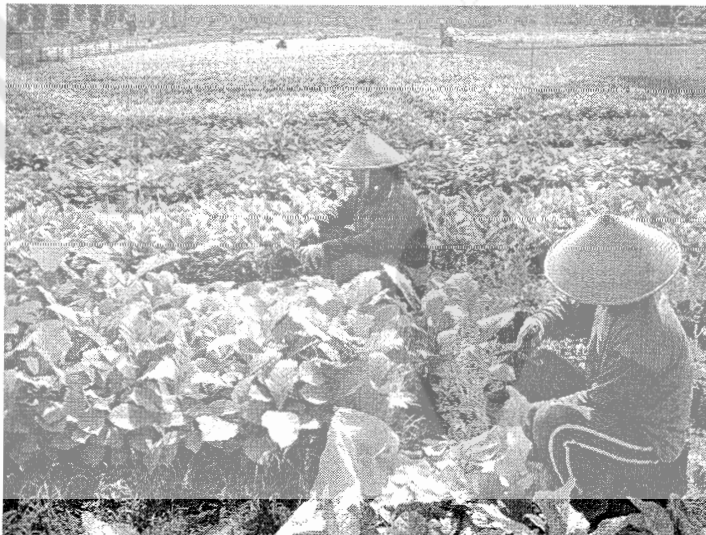
Pelabuhan Tanjung Adikarto (Sektor Infrastruktur)



Pembangkit Listrik Tenaga Bayu (PLTB) (Sektor Energi)

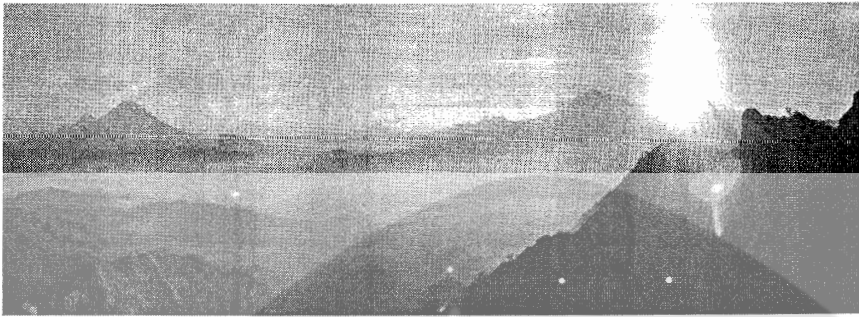


Pengembangan Fasilitas Pendukung Pendidikan (Sektor Pendidikan)



Pengembangan Lahan Wedi Kengser (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)





Pengembangan Pariwisata Puncak Suroloyo (Sektor Budaya Dan Pariwisata)



Pengembangan Pariwisata Waduk Sermo (Sektor Budaya Dan Pariwisata)



Pengembangan Seed Center Krisan (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)



Pengolahan Kayu Jati (Sektor Pangan Dan Hasil Bumi)

## Lampiran 6

### Design poster pembukaan sekaten 2016



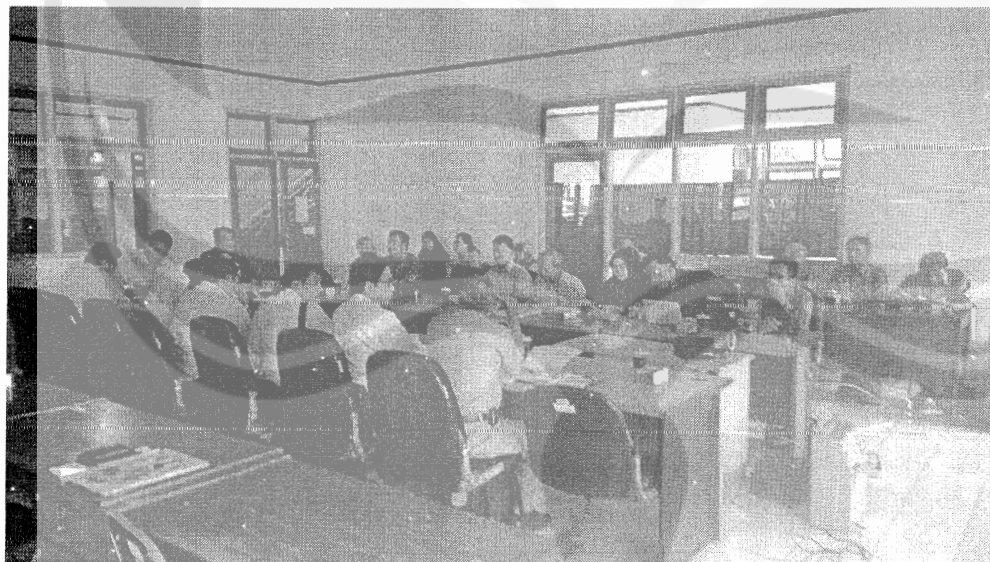


## **Lampiran 7**

### **Beberapa kegiatan rapat BKPM DIY**



**Rapat persiapan pameran sekaten**



**Rapat infrastruktur bersama cv sakaleke**



Rapat dan pelatihan web Jogja Invest



Petemuan dengan tamu Tiongkok

## Lampiran 8

### Pertemuan dengan calon investor BKPM DIY



**Lampiran 9**  
**Seminar Nasional Investai**



## Lampiran 10

### Pertemuan dengan perwakilan pemerintah Tiongkok

